

**PENGARUH *RELIGIOSITY, KNOWLEDGE, DAN HALAL CERTIFICATION*
TERHADAP *HALAL PURCHASE INTENTION* DENGAN *HALAL AWARENESS*
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA KONSUMEN TENUN MINANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas**



Diajukan Oleh :

Muhammad Rizky Wahyudianto

1910522003

Dosen Pembimbing:

Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E, M.M

PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2025

Foto 2*3 berwarna	No. Alumni Universitas	Muhammad Rizky Wahyudianto	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Jakarta, 15 Agustus 2001 b) Nama Orang Tua : alm. Erwanto dan almh. Sri Wahyunic) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) No Bp : 1910522003f) Tanggal Lulus :13 Januari 2025 g) Prediket Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK : 3,35 i) Lama Studi : 5 tahun 5 bulan j) Alamat Orang Tua : jl. Andalas No.60, Kelurahan Andalas, Kecamatan Padang Timur		

Pengaruh *Religiosity*, *Knowledge*, dan *Halal Certification* Terhadap *Halal Purchase Intention* Dengan *Halal Awareness* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Konsumen Tenun Minang

Skripsi oleh Muhammad Rizky Wahyudianto
Pembimbing : Prof. Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *religiosity*, *knowledge*, dan *halal certification* terhadap *halal purchase intention* dengan menggunakan *halal awareness* sebagai variabel *intervening* pada konsumen tenun minang. Sampel penelitian ini berjumlah 190 responden yang diambil menggunakan teknik *non probability sampling* dan metode yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan menggunakan kuisioner *online* sebagai media pengumpulan data, skala pengukuran responden diukur menggunakan skala likert 1-5. Pengolahan data penelitian dilakukan menggunakan *software* SmartPLS 4.0 dengan menggunakan *Partial Least Square-SEM* (PLS-SEM) sebagai metode analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *religiosity* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *halal awareness*, *knowledge* tidak berpengaruh positif terhadap *halal awareness*, *halal certification* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *halal awareness*, dan *halal awareness* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *halal purchase intention*.

Kata Kunci : *Religiosity*, *Knowledge*, *Halal Certification*, *Halal Awareness*, *Halal Purchase Intention*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 13 Januari 2025

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Prof. Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM	Asmi Abbas SE, MM	Laura Amelia Triani, SE, MM

Mengetahui,

Ketua Departemen Manajemen:

Prof. Dr. Donard Games, SE, M.Bus. (Adv)
NIP. 198011122005011003



Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Uiversitas	Nama:	Tanda Tangan: