

ABSTRAK

Rahmalianti, 2024 “*Pengaruh Halal Awareness dan Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Restoran Myoung-Ga Express Di Kota Palopo)*”. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dibimbing oleh Muzayannah Jabani.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Halal Awareness dan Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Restoran Myoung-ga Express di Kota Palopo). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial *halal awareness* terhadap minat beli produk makanan halal, pengaruh secara parsial preferensi konsumen terhadap minat beli produk makanan halal, serta pengaruh secara simultan *halal awareness* dan preferensi konsumen terhadap minat beli produk makanan halal. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Myoung-ga yang beragama Islam berjumlah 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas serta uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini diketahui secara parsial variabel *halal awareness* tidak berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini terlihat $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,848 < 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,399 > 0,05$ sedangkan secara parsial variabel preferensi konsumen berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini terlihat $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $11,293 > 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sementara Secara Simultan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) menunjukkan bahwa nilai $f_{tabel} 2.70$ dengan $f_{hitung} 85,856 > 2.70$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa variabel independen terdiri dari *halal awareness* (X1), dan preferensi konsumen (X2), secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau minat beli (Y).

Kata Kunci: Halal Awareness, Preferensi Konsumen, Minat Beli