

ABSTRAK

Fitra Ramadani, 2024: “*Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Muslim Kota Palopo (Studi Kasus Makanan dan Minuman Impor)*”. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. **Dibimbing oleh Ahmad Syarief Iskandar.**

Penelitian ini membahas tentang pengaruh labelisasi halal, religiusitas dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian konsumen masyarakat muslim di Kota Palopo (studi kasus makanan dan minuman impor). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, religiusitas dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian konsumen masyarakat muslim di Kota Palopo pada makanan dan minuman impor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan bantuan *SmartPLS 4.0* untuk bisa memecahkan rumusan masalah dan hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen masyarakat muslim di Kota Palopo; 2) religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen masyarakat muslim di Kota Palopo; 3) keamanan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen masyarakat muslim di Kota Palopo. Nilai *Adjust R Square* pada penelitian ini adalah 0,815. Hal ini berarti 81,5% variabel keputusan pembelian produk makanan dan minuman impor pada masyarakat muslim di Kota Palopo dapat dijelaskan oleh variabel labelisasi halal, religiusitas dan keamanan produk. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Keamanan Produk, Keputusan Pembelian, Labelisasi Halal, Religiusitas.