

## ABSTRAK

**Ariqqa Nurul Aeni, 2024** “*Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Norma Religius Terhadap Niat Mengonsumsi Produk Halal Di Desa Maliwowo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur*”. Skripsi Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.,Sy MA.Ek.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Niat Mengonsumsi Produk Halal di Desa Maliwowo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur. Penelitian ini bertujuan: Untuk membuktikan pengaruh pengetahuan produk terhadap niat mengonsumsi masyarakat secara parsial, untuk membuktikan pengaruh norma religius terhadap niat mengonsumsi masyarakat secara parsial, dan untuk membuktikan pengaruh pengetahuan produk dan normareligius terhadap niat mengonsumsi masyarakat secara simultan.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif untuk mengkaji pengaruh pengetahuan produk dan norma terhadap niat mengonsumsi masyarakat. Populasinya adalah seluruh masyarakat di Desa Maliwowo yang beragama Islam dengan jumlah 2009 masyarakat. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* dan penentuan jumlah sampel dengan rumus slovin. Sampel yang digunakan sebanyak 95 masyarakat. Data diperoleh melalui observasi, angket, dan dokumentasi. Selanjutnya, data penelitian ini diolah dengan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Mengonsumsi (Y) masyarakat, variabel Norma Religius (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Mengonsumsi (Y) Masyarakat. Pengetahuan Produk (X1) dan Norma Religius (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Niat Mengonsumsi (Y) Masyarakat. Adapun kemampuan Pengetahuan Produk (X1) dan Norma Religius (X2) dalam menjelaskan perubahan pada Niat Mengonsumsi (Y) Masyarakat yaitu sebesar 24,5% dan sisanya sebesar 75,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

**Kata Kunci:** Niat Mengonsumsi, Norma Religius, Pengetahuan Produk