

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu pengetahuan produk halal yang digunakan mampu meningkatkan niat belikonsumen muslim pizza hut di Kota Semarang. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Pengetahuan produk halal, Religiusitas dan Sikap terhadap Niat beli konsumen pizza hut. Populasi sekaligus sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen muslim yang tertarik pada produk pizza hut di Kota Semarang sebanyak 100 orang. Data rasio penelitian didapat dari penyebaran kuesioner dan observasi. Analisis data menggunakan program SPSS 21.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan produk halal, Religiusitas dan Sikap secara parsial berpengaruh positif terhadap Niat beli. Berdasarkan Analisis data hanya Pengetahuan produk halal terhadap Sikap tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Sikap dalam penelitian ini mampu dianggap sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Pengetahuan produk halal, Religiusitas, Sikap, dan Niat beli

ABSTRACT

The problem in this study is that the knowledge of halal products used can increase the purchase intention of Muslim pizza hut consumers in the city of Semarang. The purpose of this study was to analyze and determine the effect of halal product knowledge, religiosity and attitudes towards the intention to buy pizza hut consumers. The population as well as the sample used in this study are 100 Muslim consumers who are interested in pizza hut products. Research ratio data obtained from questionnaires and observations. Data analysis using SPSS 21.0 program. The results of this study indicate that halal product knowledge, religiosity and attitude partially have a positive effect on purchase intention. Based on data analysis only halal product knowledge of attitudes does not have a significant influence. The attitude in this study is considered an intervening variable.

Keyywords: halal product knowledge, religiosity, attitude, and buying intention