

**ANALISIS MINAT BELI MAKANAN HALAL BERBASIS  
PENGETAHUAN HALAL DAN RELIGIUSITAS DENGAN SIKAP  
KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI (Studi Kasus Pada Konsumen Container  
Kebab Baba Rafi di SPBU Jl. Ahmad Yani Semarang)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh pengetahuanhalal terhadap sikap pelanggan kebab Turki Baba Rafi 2) pengaruh religiusitas terhadap sikap pelanggan kebab Turki Baba Rafi. 3) pengaruh pengetahuanhalal terhadap minat belimakanan halal pada pelanggan kebab Turki Baba Rafi. 4) Pengaruh religiusitas terhadap minatbelimakanan halal pada pelanggan kebab Turki Baba Rafi 5) Pengaruh sikap terhadap minat beli makanan halal pada pelanggan kebab Turki Baba Rafi. Responden dalam penelitian ini adalah mengkonsumsi di Kebab Baba Rafi di SPBU Jl. Ahmad Yani Semarang.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif karena menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dengan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data untuk mengungkap data pengetahuan halal, religiusitas, minat beli makanan halal dengan sikap konsumen terhadap makanan halal Sebagai variabel intervening. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier dengan menggunakan alat bantu software SPSS versi 22.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan halal, religiusitas terbukti berpengaruh positif pada sikap konsumen. pengetahuan halal, religiusitas, dan sikap konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan halal. Sikap Konsumen mampu memediasi hubungan pengetahuan halal dan religiusitas terhadap sikap konsumen.

**Kata kunci :** pengetahuan halal, religiusitas, minat beli makanan halal dengan sikap konsumen.

***ANALYSIS OF INTEREST IN BUYING HALAL FOOD BASED  
ON HALAL KNOWLEDGE AND RELIGIUSITY WITH  
CONSUMER ATTITUDE AS MEDIATION (Case Study on  
Consumer Container Kebab Baba Rafi at SPBU Jl. Ahmad Yani  
Semarang)***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine: 1) the influence of halal knowledge on the attitude of customers of the Turkish Baba Rafi kebab 2) the effect of religiosity on the attitude of the customers of the Turkish kebab Baba Rafi. 3) the influence of halal knowledge on the interests of halal trust in Turkish kebab customers Baba Rafi. 4) The influence of religiosity on halal food interests on Turkish kebab customers Baba Rafi 5) The influence of attitude towards buying interest of halal food on Turkish kebab customers Baba Rafi. Respondents in this study were consuming at Kebab Baba Rafi at SPBU Jl. Ahmad Yani Semarang.*

*The research method used is explanatory research with a quantitative approach because it explains the relationship between variables using a questionnaire as a tool in data collection to reveal data on halal knowledge, religiosity, purchase interest of halal food with consumer attitudes towards halal food as an intervening variable. The analysis technique used in this study is linear regression analysis using SPSS software version 22.*

*The results of this study indicate that halal knowledge, religiosity is proven to have a positive effect on consumer attitudes. Halal knowledge, religiosity, and consumer attitudes have a positive and significant influence on buying interest in halal food. Consumer Attitudes are able to mediate the relationship between halal knowledge and religiosity towards consumer attitudes.*

*Keywords: halal knowledge, religiosity, interest in buying halal food with consumer attitudes.*