

***Factors that Influence the Decision to Purchase Halal Culinary for South
Tangerang MSMEs with Consumer Attitudes as a Mediating Variable***

By Dayanah Mutiarani Rahayu

Abstract

The Indonesian population, which is predominantly Muslim, also includes consumers and producers of halal culinary delights, should ensure the halalness of the products they consume, but in South Tangerang there are still many culinary MSMEs that do not provide official halal labels or even attach their own halal labels. This indicates that awareness of the importance of halal supply chains is still relatively low. Therefore, this study was conducted to determine the influence of halal supply chain, halal awareness, and halal labels on purchasing decisions about halal culinary in South Tangerang MSMEs, mediated by consumer attitudes. Quantitative methods were used in this study. Data collection was obtained by distributing questionnaires via Google Form to 230 Muslim consumers who had consumed halal culinary delights in South Tangerang MSMEs. Data analysis with Smart-PLS. This research provides results that consumer attitudes are unable to mediate the relationship between halal supply chain, halal awareness, and halal labels on purchasing decisions. However, from direct testing, the halal supply chain variables and halal awareness have a significant positive effect on consumer attitudes. The halal label variable also has a significant positive effect on purchasing decisions. Therefore, in order to increase the number of buyers, culinary MSME entrepreneurs must ensure that the products they sell are halal certified and carry a halal label.

Keywords: *consumer attitudes, halal awareness, halal labels, halal supply chain, purchasing decisions*

**Faktor – Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kuliner Halal
UMKM Tangerang Selatan dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel
Mediasi**

Oleh Dayanah Mutiarani Rahayu

Abstrak

Penduduk Indonesia yang merupakan mayoritas Muslim, juga termasuk konsumen dan produsen kuliner halal, seharusnya memastikan kehalalan produk yang dikonsumsi, tetapi di Tangerang Selatan masih banyak UMKM kuliner yang tidak memberikan label halal resmi atau bahkan menempelkan label halal sendiri. Hal ini mengindikasikan kesadaran akan pentingnya rantai pasok halal masih terbilang rendah. Oleh karena itu, studi ini dilakukan guna mengetahui pengaruh *halal supply chain*, kesadaran halal, dan label halal terhadap keputusan pembelian kuliner halal pada UMKM Tangerang Selatan dengan mediasi sikap konsumen. Metode kuantitatif digunakan pada studi ini. Pengumpulan data diperoleh dengan penyebaran kuesioner melalui Google Form dengan responden sejumlah 230 konsumen Muslim yang telah mengonsumsi kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan. Analisis data dengan Smart-PLS. Penelitian ini memberikan hasil bahwa sikap konsumen tidak mampu memediasi hubungan antara *halal supply chain*, kesadaran halal, dan label halal terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi, dari pengujian langsung, variabel *halal supply chain* dan kesadaran halal berpengaruh positif signifikan atas sikap konsumen. Variabel label halal pun berpengaruh positif signifikan atas keputusan pembelian. Oleh karena itu, guna meningkatkan jumlah pembeli, maka pelaku usaha UMKM kuliner harus memastikan bahwa produk yang mereka jual sudah tersertifikasi halal dan mencantumkan label halal.

Kata kunci : *halal supply chain*, keputusan pembelian, kesadaran halal, label halal, sikap konsumen