

**THE INFLUENCE OF HALAL LITERACY, PRODUCT QUALITY,
CONSUMER LOYALTY, AND HALAL CERTIFICATION ON THE SUCCESS
OF INCREASING MSME TURNOVER IN THE BANTEN REGION**

By Muhammad Farhan

ABSTRACT

MSMEs play a significant role in Indonesia's economic growth. In Banten Province, MSMEs have become one of the industries driving economic growth, especially amid global economic challenges. However, despite the significant number of MSMEs in Banten, many business actors still face challenges in increasing their revenue. This study aims to analyze the influence of halal literacy, product quality, consumer loyalty, and halal certification on the revenue growth of MSMEs in the Banten region. Using a quantitative approach and Smart-PLS, the population of this study consists of all culinary MSME operators in the Banten region. Sampling was conducted using non-probability sampling with purposive sampling. This study involved 110 respondents who met the criteria: MSMEs located in the Banten region, MSMEs operating in the culinary sector, and MSMEs that have been operating for at least one year. The hypothesis testing results found that halal literacy, product quality, consumer loyalty, and halal certification significantly influence and ultimately contribute to the revenue growth of MSMEs. The findings of this study highlight the importance of understanding and applying halal concepts in business activities, consistent improvement in product quality, and ownership of halal certification to strengthen consumer trust. Strategic recommendations are provided for MSME operators, the government, and related institutions to enhance the competitiveness of MSMEs sustainably.

Keywords: *Product Quality, Halal Literacy, Consumer Loyalty, MSME Revenue Growth, Halal Certification.*

PENGARUH LITERASI HALAL, KUALITAS PRODUK, LOYALITAS KONSUMEN, DAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP PENINGKATAN OMZET UMKM DI BANTEN

Oleh Muhammad Farhan

ABSTRAK

UMKM memiliki peran signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, di provinsi Banten, UMKM telah menjadi salah satu industri yang berperan dalam penggerak pertumbuhan ekonomi, terutama di tengah tantangan ekonomi global. Namun, meskipun jumlah UMKM di Banten cukup signifikan, masih banyak pelaku usaha yang mengalami kendala dalam meningkatkan omzet mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi halal, kualitas produk, loyalitas konsumen, dan sertifikasi halal terhadap peningkatan omzet UMKM di wilayah Banten. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan Smart-PLS, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM kuliner di wilayah Banten, Pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan 110 responden dengan kriteria UMKM di wilayah Banten, UMKM yang bergerak di sektor kuliner, dan UMKM yang telah beroperasi minimal 1 tahun. Hasil uji hipotesis menemukan bahwa literasi halal, kualitas produk, loyalitas konsumen, dan sertifikasi halal secara signifikan memengaruhi dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan omzet UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya pemahaman dan penerapan konsep halal dalam kegiatan usaha, peningkatan kualitas produk yang konsisten, dan kepemilikan sertifikasi halal untuk memperkuat kepercayaan konsumen. Rekomendasi strategis diberikan untuk pelaku UMKM, pemerintah, dan lembaga terkait guna meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Literasi Halal, Loyalitas Konsumen, Peningkatan Omzet UMKM, Sertifikasi Halal