

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan besarnya pengaruh variabel eksogen kesadaran halal, sertifikasi halal, persepsi harga, dan gaya hidup sehat terhadap perilaku pembelian (variabel endogen) produk Mi Instan Lemonilo dengan niat pembelian sebagai variabel *intervening* (mediasi). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen produk mi Instan Lemonilo yang berdomisili di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi) di masa Pandemi Covid-19. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner ke 170 responden dan sampel yang digunakan adalah sebanyak 155 responden. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode kuantitatif SEM-PLS dengan cara mendistribusikan kuesioner dan mengolah data dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS3.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga dan gaya hidup sehat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli dan niat beli berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian. Namun, kesadaran halal dan sertifikasi halal tidak berpengaruh terhadap niat beli. Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi manajemen PT Lemonilo Indonesia Sehat dalam meningkatkan variabel yang dapat mempengaruhi niat pembelian dan perilaku pembelian konsumen atas produknya.

Kata Kunci: Kesadaran Halal; Sertifikasi Halal; Persepsi Harga; Gaya Hidup Sehat; Niat Beli