

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kesadaran halal, sertifikasi halal, variasi menu, dan harga terhadap minat beli produk Hisana Fried Chicken di Bangkalan. Kesadaran halal dan sertifikasi halal memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk, sehingga dapat meningkatkan minat beli. Berdasarkan penelitian sebelumnya pada produk makanan cepat saji seperti KFC di Banda Aceh, kesadaran halal dan sertifikasi halal terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, yang menunjukkan bahwa konsumen Muslim sangat memperhatikan aspek kehalalan dalam memilih produk makanan. Selain itu, variasi menu yang beragam dan harga yang terjangkau juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Hisana Fried Chicken, di mana harga yang kompetitif dapat menarik minat beli lebih tinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Hisana Fried Chicken di Bangkalan. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana kesadaran halal, sertifikasi halal, variasi menu, dan harga secara simultan dan parsial memengaruhi minat beli konsumen. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya produsen makanan untuk meningkatkan sosialisasi dan jaminan kehalalan produk melalui sertifikasi resmi, serta memperhatikan strategi variasi menu dan penetapan harga yang sesuai untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar lokal Bangkalan. Dengan demikian, pengelolaan aspek halal dan faktor pemasaran lainnya dapat menjadi kunci keberhasilan dalam meningkatkan minat beli konsumen pada produk Hisana Fried Chicken.

Kata Kunci: Kesadaran halal, Sertifikasi Halal, Variasi Menu, Harga.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of halal awareness, halal certification, menu variety, and price on the purchase intention of Hisana Fried Chicken products in Bangkalan. Halal awareness and halal certification play a crucial role in building consumer trust in the halal status of products, thereby increasing purchase intention. Based on previous research on fast food products such as KFC in Banda Aceh, halal awareness and halal certification have been proven to have a positive and significant effect on consumer purchase intention, indicating that Muslim consumers place great importance on halal aspects when choosing food products. In addition, a diverse menu and affordable prices are also important factors that influence consumer purchasing decisions for Hisana Fried Chicken, where competitive pricing can attract higher purchase interest. This study uses a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to Hisana Fried Chicken consumers in Bangkalan. The results of the analysis are expected to provide a comprehensive overview of how halal awareness, halal certification, menu variety, and price simultaneously and partially influence consumer purchase intention. The practical implication of this research is the importance for food producers to enhance awareness and assurance of product halalness through official certification, as well as to pay attention to menu variation strategies and appropriate pricing to increase product attractiveness in the local Bangkalan market. Thus, the management of halal aspects and other marketing factors can be the key to successfully increasing consumer purchase intention toward Hisana Fried Chicken products.

Keywords: *Halal Awareness, Halal Certification, Menu Variety, Price.*