

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian makanan yang merupakan variabel dependen dengan religiusitas sebagai variabel moderasi.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen muslim yang pernah membeli makanan halal di Kota Pekanbaru. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi moderasi (MRA). Alat pengujian data menggunakan *SPSS Statistic 25*.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesadaran tinggi terhadap makanan halal. Kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal. Namun religiusitas tidak dapat memperkuat hubungan antara kesadaran halal dengan keputusan pembelian.

Kata Kunci: kesadaran halal, religiusitas, keputusan pembelian, variabel moderasi, makanan halal, generasi milenial