

ABSTRAK

Kehidupan masyarakat di perkotaan yang dinamis membuat masyarakat memilih makanan yang praktis. Bagi umat Muslim, mengonsumsi makanan halal bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga melaksanakan syariat agama. Produk makanan yang dikonsumsi harus memiliki sertifikasi halal agar memberikan kenyamanan dan ketentraman bagi umat Muslim. Warung Super Sambal adalah restoran bersertifikat halal yang turut berpartisipasi aktif dalam membantu dan memberdayakan filantropi di sekitarnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim di Warung Super Sambal. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan secara *online* melalui kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Pengujian data dilakukan dengan bantuan program *SPSS Statistic 23*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *patronage buying*, sertifikasi halal, religiusitas, persepsi harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Kelima variabel tersebut memiliki pengaruh yang sangat kuat ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 74%.

Kata kunci: *Patronage buying, sertifikasi halal, religiusitas, persepsi harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian, Warung Super Sambal*