

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia dan menempati peringkat ketiga dalam industri halal global. Namun, pertumbuhan industri halal belum diikuti dengan perhatian terhadap kelestarian lingkungan, padahal Al-Qur'an menekankan pentingnya menjaga alam. Penggunaan produk halal ramah lingkungan menjadi solusi yang tidak hanya sesuai syariat, tetapi juga mendukung keberlanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal, label ramah lingkungan, pengetahuan lingkungan, dan takwa terhadap niat beli produk halal ramah lingkungan, dengan kesadaran halal-lingkungan dan sikap sebagai variabel mediasi. Penelitian dilakukan pada masyarakat Muslim di DKI Jakarta dengan jumlah responden sebanyak 215 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan secara online dan offline melalui penyebaran kuesioner. Analisis data menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal, label ramah lingkungan, pengetahuan lingkungan, dan religiusitas berpengaruh terhadap niat beli, dimediasi oleh kesadaran halal-lingkungan dan sikap. Selain itu, variabel takwa juga berpengaruh terhadap niat beli melalui mediasi religiusitas dan sikap.

Kata kunci: *produk halal yang ramah lingkungan, Kesadaran halal dan lingkungan, sikap, niat beli*

