

ABSTRAK

Perubahan gaya hidup masyarakat dan meningkatnya perhatian terhadap isu keberlanjutan membuat kajian mengenai kesediaan membayar (Willingness to Pay/WTP) produk halal dan ramah lingkungan semakin penting, terutama di Kota Pekanbaru yang didominasi konsumen Muslim. Namun, penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi terkait pengaruh keyakinan ekologis dan religiusitas terhadap keputusan membayar. Penelitian ini mengintegrasikan pendekatan Value-Belief-Norm (VBN) dan Theory of Planned Behavior (TPB) untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi WTP.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Berdasarkan perhitungan *G*Power* 3.1.9.7 yang menghasilkan kebutuhan minimal 98 responden, serta mempertimbangkan ambang batas 100 sampel yang disarankan untuk analisis *PLS-SEM*, penelitian ini menargetkan pengumpulan data yang memadai. Dari total 151 kuesioner yang disebar, 130 responden Muslim di Kota Pekanbaru memenuhi kriteria penelitian dan dianalisis. Untuk menjaga kualitas data, kuesioner dilengkapi dengan instrumen kejujuran yang diadaptasi dari Vésteinsdóttir et al. (2019), serta diberikan instruksi kejujuran di awal pengisian agar responden menjawab secara jujur dan hati-hati. Analisis data dilakukan dengan teknik *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* menggunakan aplikasi SmartPLS 3.2.9.

Hasil penelitian menunjukkan empat temuan utama. Pertama, Environmental Literacy berpengaruh positif signifikan terhadap WTP serta meningkatkan Environmental Beliefs dan Awareness of Consequences. Kedua, Environmental Beliefs meningkatkan AC tetapi berpengaruh negatif signifikan terhadap WTP. Ketiga, AC tidak berpengaruh langsung terhadap WTP, namun mendorong AR yang meningkatkan WTP. Keempat, Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap WTP, tetapi berpengaruh positif terhadap PBC yang kemudian mendorong WTP. Temuan ini menunjukkan bahwa WTP lebih dipengaruhi oleh literasi lingkungan, rasa tanggung jawab, dan kontrol perilaku, dibandingkan keyakinan ekologis maupun religiusitas secara langsung.

Kata kunci: WTP, VBN, TPB, Konsumen Muslim, Pekanbaru.