

## ABSTRAK

Industri halal mengalami pertumbuhan yang sangat pesat beberapa tahun belakangan ini termasuk industri makanan halal. Makanan halal tidak hanya diperuntukkan untuk masyarakat muslim saja tetapi juga masyarakat non muslim. Seiring dengan perkembangan industri halal dan bertambahnya jumlah penduduk non muslim menjadikan masyarakat non muslim dapat menjadi peluang dalam perkembangan industri makanan halal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal, sertifikasi halal, promosi, harga, dan keamanan pangan terhadap minat beli masyarakat non muslim Kota Semarang pada produk makanan halal. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat non muslim Kota Semarang yang pernah membeli produk makanan halal dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel ditentukan dengan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran halal, sertifikasi halal, promosi, harga, dan keamanan pangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Sertifikasi halal merupakan variabel paling berpengaruh terhadap minat beli.

*Kata kunci : Kesadaran halal, sertifikasi halal, promosi, harga, keamanan pangan, minat beli*