

## ABSTRAK

Dengan banyaknya jumlah penduduk muslim di Indonesia membuat para produsen memikirkan jaminan untuk konsumen salah satunya dengan pembuatan sertifikasi halal. Sertifikasi halal dalam sebuah restoran akan mengurangi pandangan para konsumen muslim tentang ketidakjelasan halal atau haram makanan tersebut. Sertifikasi halal dalam restoran pun akan membantu konsumen dan juga produsen, bagi konsumen mereka akan terjamin dari kehalalan produk tersebut dan bagi produsen mereka akan lebih mudah menawarkan produknya serta melindungi pengusaha dari tuntutan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal, religiusitas, kesan harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk Waroeng Steak & Shake. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang diolah dengan menggunakan program SPSS *versi* 23.0. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian ini secara parsial diperoleh hasil variabel sertifikasi halal, religiusitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel kesan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan diperoleh hasil variabel independen sertifikasi halal, religiusitas, kesan harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Perilaku Konsumen, Sertifikasi Halal, Religiusitas, Kesan Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian.*