

ABSTRAK

Pada dasarnya, seorang Muslim wajib hukumnya mengonsumsi sesuatu yang Halal dan menjauhkan diri dari yang Haram, contohnya konsumsi makanan, minuman, obat-obatan, dan sebagainya. Namun, pada praktiknya, konsumen Muslim hanya fokus kepada makanan dan minuman Halal, dan melupakan hal-hal yang sama pentingnya yaitu obat-obatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta menguji pengaruh dari variabel pengetahuan Halal, kesadaran Halal, dan sikap, terhadap variabel persepsi masyarakat atas obat-obatan Halal.

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data melalui kuesioner, dibutuhkan sampel sebanyak 100 responden dengan kriteria responden sebagai berikut; responden beragama Islam dan melakukan pembelian obat-obatan baik bebas maupun dengan resep dokter dalam jangka waktu 3 bulan terakhir.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan Halal dan sikap berpengaruh positif terhadap persepsi konsumen atas obat-obatan Halal, sedangkan variabel kesadaran Halal dinyatakan tidak berpengaruh terhadap persepsi konsumen atas obat-obatan Halal.

Kata Kunci: Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal, Sikap, Persepsi Konsumen, Obat-obatan Halal.