

ABSTRAK

Saat ini pangsa produk halal di Indonesia sangat besar dan tumbuh setiap tahunnya. Dengan perkembangan yang pesat ini, Indonesia memiliki potensi untuk memperkuat pasar makanan halal. Salah satu kota yang ingin bergerak dalam industri makanan halal tersebut ialah Kota Tasikmalaya, yang berencana menjadi pelopor wisata halal pertama di Jawa Barat dengan mengutamakan sertifikasi halal pada makanan. Akan tetapi, fakta di lapangan menyatakan bahwa masih banyak Mahasiswa Muslim yang tidak paham dan cenderung tidak peduli dalam hal mengonsumsi makanan halal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan besarnya pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, religiositas, serta kebiasaan yang terbentuk terhadap niat pembelian dan pembelian aktual pada makanan halal terhadap Mahasiswa Muslim Tasikmalaya menggunakan Teori Perilaku Terencana, Teori Perilaku Interpersonal, dan faktor religiositas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survei dan menyebarkan kuesioner sebanyak 400 responden. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah individu. Berdasarkan waktu pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan metode *cross-sectional*. Adapun teknis analisis data pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *attitude* berpengaruh secara positif terhadap *purchase intention*, *subjective norm* berpengaruh secara positif terhadap *purchase intention*, *perceived behavioral control* berpengaruh secara positif terhadap *purchase intention*, *purchase intention* berpengaruh secara positif terhadap *actual purchase*, *habit* berpengaruh secara positif terhadap *actual purchase*, *habit* memoderasi hubungan antara variabel *purchase intention*, *religiosity* berpengaruh secara positif terhadap *attitude*, *religiosity* berpengaruh secara positif terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: makanan halal, mahasiswa muslim tasikmalaya, teori perilaku terencana, teori perilaku interpersonal, religiositas