

## ABSTRAK

Pasar produk halal telah menjadi fokus perhatian yang signifikan di berbagai belahan dunia. Konsumen semakin sadar akan pentingnya memilih produk yang sesuai dengan prinsip kehalalan dalam agama Islam. Sertifikasi Halal menjadi poin krusial yang menentukan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sertifikasi halal, minat beli produk pada produk UMKM di Kota Bandung, dan sertifikasi halal (*self-declare*) terhadap minat beli produk UMKM di Kota Bandung.

Sampel yang ditetapkan sebanyak 100 orang responden, Teknik pengolahan data uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas data, korelasi, analisis regresi linier sederhana, dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian yang ditelaah diartikan bahwa Sertifikasi Halal (*Self-Declare*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk Makanan UMKM di Kota Bandung dengan menunjukkan nilai t hitung sebesar 19.408 dan nilai p (Sig) sebesar 0,000 yang berada di bawah alpha 5%, dengan ini hasil hipotesis penelitian diterima.

**Kata Kunci : Sertifikasi Halal, Produk UMKM, Minat Beli.**