

## ABSTRAK

**Muhammad Jayuri (2015/150592057) :Pengaruh Religiosity, Halal Awareness, Halal Certification dan Product Ingredient Terhadap Purchase Intention Produk Mie Samyang Pada Masyarakat Muslim di Kota Padang**

**Supervisor : Abror, SE, ME, Ph.D**

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh *religiosity*, *halal awareness*, *halal certification* dan *product ingredient* terhadap *purchase intention* produk mie samyang pada masyarakat muslim di kota padang. Pada penelitian ini yang menjadi sampel sebanyak 240 orang responden. Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan ditemukan bahwa *religiosity* berpengaruh terhadap *purchase intention*, selain itu *halal certification* dan *product ingredient* berpengaruh positif terhadap minat beli masyarakat muslim dikota padang terhadap produk mie samyang

**Kata Kunci:** *Purchase Intention, Religiosity, Halal awareness, Halal Certification & Product ingredient*