

ABSTRAK

Awareness Level Konsumen Muslim Indonesia Pada Halal Brand Product

Oleh

Dyah Paramitha Pransiana

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur *awareness level* konsumen muslim Indonesia dan juga untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi *halal awareness* konsumen muslim Indonesia pada *halal brand product*. Data pada penelitian ini diambil berdasarkan jawaban pengisian kuisioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden. Populasi pada penelitian ini adalah penduduk muslim di Provinsi Lampung pada tahun 2020. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan menghasilkan 100 responden dari 1.603.038 jiwa yang berdomisili di Provinsi Lampung. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian pertama menemukan bahwa *Awareness Level* pada variabel *religious belief*, *health reason*, *logo certification*, *halal awareness* berada di tingkat sangat tinggi dan untuk variabel *exposure* berada di tingkat tinggi. Untuk hasil penelitian yang kedua menemukan bahwa *religious belief*, *logo certification*, *exposure* berpengaruh terhadap *halal awareness* dan *health reason* tidak berpengaruh pada *halal awareness*.

Kata Kunci : *Awareness level*, *halal awareness*, *religious belief*, *health reason*, *logo certification*, *exposure*.