

RINGKASAN

Industri makanan halal di Indonesia mengalami peningkatan cukup besar terlepas dari situasi Covid-19, perdagangan halal semakin meningkat dan langkah solid terus dilakukan pemerintah dalam meningkatkan standar halal. Sektor makanan halal ini diperkirakan akan terus tumbuh dan menjadi peluang besar pemerintah Indonesia dalam menargetkan peningkatan sektor industri halal.

Analisis faktor adalah teknik analisis multivariat yang digunakan untuk mengelompokkan variabel yang berkorelasi kedalam kelompok variabel yang disebut faktor, dimana satu faktor dengan faktor lainnya tidak saling berkorelasi. Faktor-faktor yang terbentuk ini dapat menjelaskan sebagian besar informasi yang terkandung dalam variabel. Pada penelitian ini dilakukan analisis faktor untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih restoran yang belum bersertifikat halal di Kabupaten Banyumas. Analisis yang digunakan adalah analisis faktor dengan metode pendugaan *Principal Component Analysis* (PCA). Metode rotasi faktor yang digunakan adalah rotasi Equamax. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada seratus lima belas orang konsumen di beberapa restoran yang belum bersertifikat halal di Kabupaten Banyumas. Dari penelitian ini diperoleh bahwa terdapat tiga faktor yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen restoran yang belum bersertifikat halal. Ketiga faktor tersebut yaitu faktor kepuasan dan harga, faktor kualitas produk, dan faktor religiusitas.

SUMMARY

The halal food industry in Indonesia has experienced a significant increase despite the Covid-19 situation, halal trade is increasing, and the government is continuing to take solid steps to improve halal standards. The halal food sector is expected to continue to grow and become a big opportunity for the Indonesian government to target an increase in the halal industry.

Factor analysis is a multivariate analysis technique used to group correlated variables into groups of variables called factors, where one factor is not correlated with another. These factors explain most of the information contained in the variables. In this study, a factor analysis was conducted to determine the factors that influenced consumers. The aim is to identify the factors that can influence consumers in choosing restaurants that are not yet halal certified in the Banyumas Regency. Factor analysis was performed using Principal Component Analysis (PCA). The factor rotation method used was equamax rotation. The data used are primary data obtained by distributing questionnaires to hundred and fifteen consumers in several restaurants that are not yet halal-certified in Banyumas Regency. This study found that there are three factors that influence the decisions of restaurant consumers who are not yet halal-certified. The three factors are satisfaction and price, product quality, and religiosity.

