

## ABSTRAK

Roni Tua Nasution, NIM 3722215, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Skripsi saya yang berjudul: “**Analisis Dampak Sertifikasi Produk Halal (Logo Halal) Pada Loyalitas Pelanggan Pada Produk UMKM Kuliner di Nagari Kubang Putih, Kecamatan Banuhampu, Agam**”, dengan dosen pembimbing yaitu bapak Yefri Joni S.Ag., M.A.

Sertifikasi halal merupakan instrumen penting dalam menjamin kehalalan produk sekaligus membangun kepercayaan konsumen, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kuliner. Perkembangan UMKM kuliner di Nagari Kubang Putih, Kecamatan Banuhampu, Kabupaten Agam menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya bersaing dari segi rasa dan harga, tetapi juga dari aspek legalitas dan jaminan kehalalan produk.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak sertifikasi produk halal terhadap loyalitas pelanggan serta mendeskripsikan pandangan pelaku UMKM mengenai pengaruh sertifikasi halal terhadap perkembangan usaha. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pelaku UMKM kuliner dan konsumen yang dipilih secara purposive. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen memandang sertifikasi halal sebagai jaminan keamanan dan kebersihan produk, sehingga meningkatkan kepercayaan dan mendorong pembelian ulang. Dari sisi pelaku UMKM, sertifikasi halal berdampak positif terhadap citra usaha, perluasan pasar, serta peningkatan penjualan.

Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kewajiban regulasi dan syariah, tetapi juga sebagai strategi yang efektif dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan pada UMKM kuliner di Nagari Kubang Putih.

**Kata kunci: Sertifikasi halal, UMKM kuliner, loyalitas pelanggan, kepercayaan konsumen.**