

Pengaruh sikap norma subjektif dan kendali perilaku pedagang bakso di jakarta terhadap intensi menggunakan produk halal = Influence attitude subjective norm and perceived behavioral control on the intensiion of meatballs street vendor in jakarta in using halal product

Silmy Kaffa Destifa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20364683&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pemahaman pedagang bakso kaki lima di Jakarta tentang produk halal. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sikap, norma subyektif, dan perilaku kontrol terhadap intensi pedagang bakso dalam menggunakan produk halal. Penelitian ini menggunakan theory of planned behaviour oleh Ajzen. Metode yang digunakan yaitu analisis Jalur (Path Analysis).

Hasil riset 135 responden menyatakan bahwa pedagang bakso kaki lima di Jakarta telah memahami tentang produk halal dengan baik. Namun, pemahamannya masih terbatas pada labelisasi halal yang tertera pada produk. Selain itu hasil riset juga menyatakan variabel sikap dan perilaku kontrol berpengaruh signifikan terhadap intensi pedagang bakso dalam menggunakan produk halal secara parsial, sedangkan variabel norma subjektif tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial dan variabel intensi pedagang bakso dalam menggunakan produk halal mampu dijelaskan oleh ke tiga variabel yaitu sikap, norma subjektif dan perilaku kontrol sebesar 27%.

.....This research aims to determine the understanding of meetballs street vendors in Jakarta about halal product on the food that being sold. It also aims to find out how big is the influence of attitude, subjective norm and perceived behavioral control on the intension of meatballs vendor in using halal product. This study uses the theory of planned behavior by ajzen. The method used is the path analysis.

The research result of 135 respondents stated that the meatball vendors in Jakarta has understood well about halal product, but the understanding is still restricted by halal labeling in the product. In addition, the research results also expressed that attitude and perceived control behavior variables significantly influence the intension of meatballs traders in using halal product partially, whereas the subjective norm variabel do not influence significantly and partially. To conclude, the intensiion of the meatballs traders in using halal products are able to be explained by three variabels; sikapitude, subjective norma subyektif and perceived behavioral control by 27%.