

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pembelian produk halal di Indonesia = Factors affecting the intention of purchasing halal in Indonesia

Afif Setya Ramadhan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20458445&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai faktor-faktor Halal Awarenesss, Persepsi Pribadi dan Sosial, Pemasaran Halal, Sertifikat Halal, Kepercayaan Religius, Pengetahuan yang mempengaruhi intensi pembelian produk Halal pada rentang usia 17 hingga 30 tahun. Metode penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dengan alat ukur kuisioner. Hasil data primer diolah menggunakan metode SEM-PLS. Temuan hasil dari penelitian menunjukkan Faktor-faktor yang ada mempengaruhi intensi pembelian sebesar 72,6 persen. Dari enam variabel yang ada tiga variabel tidak signifikan mempengaruhi intensi pembelian.

<hr>

ABSTRACT

This study discusses the factors Halal Awarenesss, Personal and Social Perceptions, Halal Marketing, Halal Certificates, Religious Faith, Knowledge that affect the intention of purchasing Halal products at the age of 17 to 30 years. This research method using quantitative technique with questionnaire measuring instrument. The result of primary data is processed using SEM PLS method. Findings of research results 3 factors are significantly affecting intention to purchase halal product.