

Analisis faktor yang mempengaruhi intensi mengkonsumsi produk makanan halal: studi konsumen muslim milenial Indonesia = Analysis of influencing factors of Halal food product consumption: study on millennial muslim consumer in Indonesia

Kameswara Muhammad Rafi Al Fath, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491937&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat mengkonsumsi produk makanan halal bagi konsumen muslim milenial yang berada di Indonesia. Sebanyak 200 sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdomisili di DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner online dan diisi secara individu oleh responden. Data telah diperoleh diolah menggunakan software SPSS 22 dengan metode linier bergandaregresi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut adalah Konsumen Muslim Milenial Indonesia yaitu sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, identitas diri agama, dan kewajiban moral berpengaruh signifikan terhadap niat mengonsumsi produk makanan halal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan para pelaku bisnis bergerak di bidang produk makanan halal.

..... This study aims to analyze the factors that influence intention consuming halal food products for millennial Muslim consumers in Indonesia. A total of 200 samples used in this study are domiciled in DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi. The data were collected by distributing online questionnaires and filling in individually by the respondents. Data has been obtained processed using SPSS 22 software with multiple linear regression method. The results obtained from this study indicate that these factors are Indonesian Millennial Muslim Consumers, namely attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, religious identity, and moral obligations have a significant effect on the intention to consume halal food products. This research is expected to be a reference in making decisions for business people engaged in halal food products.