

Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal

Novita Kusuma Maharani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20511665&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Berkembangnya ekonomi halal berasal dari konsumen muslim dunia yang memang hidup dengan gaya hidup halal (halal lifestyle). Gaya hidup yang halal yaitu meliputi makanan yang mereka makan, seputar farmasi dan obat-obatan, perawatan tubuh, kosmetik, pe- layanan perbankan, travel, pendidikan, hiburan, dan sebagainya. Bahkan, nilai perdagan- gan halal (halal trade) secara global diperkirakan mencapai US\$2,1 triliun per tahun. Isu tentang kosmetik halal mulai berkembang tepatnya setelah pesatnya kemajuan dari industri makanan dan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Perkembangan kosmetik halal yang begitu pesat saat ini menjadi produk yang sangat mencuri perhatian kaum wanita. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak dari tingkat pengetahuan dan religiusitas terhadap intensi atau niat seseorang untuk membeli produk kosmetik halal. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan instrumen berupa kuisisioner. Kuisisioner akan dibagikan ke berbagai wilayah di seluruh Indonesia. Responden dalam penelitian ini wanita dengan kisaran usia 18-25 tahun dengan pertimbangan memiliki pemahaman dan mampu membeli produk kosmetik. Penelitian ini sebelumnya diuji validitas dan reabilitasnya. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa pengetahuan menjadi faktor penting terhadap niat seseorang dalam pembelian produk kosmetik halal. sedangkan, pengaruh religiusitas bernilai positif namun tidak signifikan yang berarti tidak ada pengaruh yang berarti seseorang memiliki tingkat kereligiusan yang tinggi maupun rendah terhadap keinginannya membeli produk kosmetik halal.