

Faktor yang mempengaruhi pembelian kosmetik halal oleh Gen-Y dan Gen-z Non-Muslim Indonesia = Determinants of purchasing halal cosmetics by Indonesian Gen-Y and Gen-Z Non-Muslims

Deka Rizqi Prasiwi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20523273&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini industri halal atau syariah sedang berkembang pesat di dunia, seperti pada sektor makanan, keuangan, fesyen, farmasi, media dan rekreasi, pariwisata, bahkan hingga kosmetik. Produk kosmetik halal tidak hanya diminati oleh kaum muslim melainkan diminati juga oleh Non-Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi intensi pembelian konsumen non muslim gen-y dan gen-z Indonesia dalam membeli kosmetik halal. Temuan dari penelitian ini adalah adanya pengaruh positif dan signifikan product price, product awareness, product availability, promotion dan halal logo terhadap intention to purchase. Analisis yang dipakai pada penelitian ini merupakan multiple regression dengan menggunakan software SPSS edisi 26.

.....Currently, the halal or sharia industry is growing rapidly in the world, such as in the food, finance, fashion, pharmaceutical, media and recreation sectors, tourism, and even cosmetics. Halal cosmetic products are not only in demand by Muslims but also by non-Muslims. This study aims to determine what factors influence the purchase intention of Indonesian non-Muslim gen-y and gen-z consumers in buying halal cosmetics. The findings of this study are that there is a positive and significant effect of product price, product awareness, product availability, promotion and halal logo on intention to purchase. The analysis used in this study is multiple regression using SPSS 26th edition software.