

Loyalitas Konsumen dalam Mengonsumsi Plant-based Meat Alternatives: Pengaruh Motivasi dan Subjective Well-being = Customer Loyalty in Consuming Plant-based Meat Alternatives: Effect of Motivation and Subjective Well-being

Falih Ryan Dharmawan Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920517624&lokasi=lokal>

Abstrak

Jumlah vegetarian dan restoran yang menyediakan menu dengan daging alternatif berbasis nabati meningkat di Indonesia. Adanya kesadaran untuk memilih makanan lebih sehat menjadi salah satu dorongan peningkatan tersebut terjadi, namun ternyata masih ada beberapa alasan lain dalam mengonsumsi daging alternatif ini. Penelitian ini ingin mengetahui hubungan antara motivasi, yang dikategorikan menjadi push dan pull, terhadap subjective well-being dan loyalitas pada pelanggan vegetarian Indonesia. Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan kuesioner yang disebarakan secara daring dan melibatkan 204 responden. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, deskriptif, dan PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua kelompok motivasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap subjective well-being, namun push motivation memiliki pengaruh yang lebih signifikan. Perceived vitality dan affective well-being sebagai dua komponen subjective well-being berpengaruh signifikan dan positif pada loyalitas. Implikasi dari penelitian ini adalah menjadi salah satu acuan bagi manajemen dan pemasar dalam membuat strategi promosi pada produk daging berbasis nabati berdasarkan kepentingan vegetarian dalam memilih makanan.

.....The number of vegetarians and restaurants serving plant-based meat alternatives menus is increasing in Indonesia. The awareness to choose healthier food was one of the reasons for this increase to occur, but apparently, there are several other reasons for consuming plant-based meat alternatives. This study aims to investigate the relationship between motivation, which is categorized as push and pull, on subjective well-being and loyalty in vegetarian customers in Indonesia. This quantitative study used an online questionnaire and involved a total of 204 respondents. The collected data was analyzed by validity, reliability, descriptive, and partial least square structural equation modeling tests. The results showed that both groups of motivation had a significant and positive influence on subjective well-being, and push motivation had a more significant effect. Perceived vitality and affective well-being as two components of subjective well-being had a significant and positive influence on loyalty. The implication of this study is marketers could conduct promotional campaigns for plant-based meat alternatives products based on the vegetarians' motives in choosing food.