

Analisis Niat Konsumen Muslim Indonesia dalam Mengunjungi Kembali Restoran Tanpa Logo Halal = Analysis of Indonesian Muslim Consumers Intention to Revisit Restaurants Without Halal Logo

Rangga Herjuno, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920523700&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi revisit intention konsumen muslim Indonesia terhadap restoran tanpa logo halal dengan menggunakan dasar TPB yang diperluas kembali. Data yang digunakan berasal dari 356 responden yang dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan metode convenience sampling. Data dianalisis dengan pendekatan PLS-SEM menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa attitude dan subjective norm memiliki pengaruh terhadap revisit intention konsumen muslim. Kemudian, price fairness, store atmosphere, dan halal awareness ditemukan berpengaruh terhadap pembentukan attitude konsumen muslim. Sementara itu, moderasi trust ditemukan tidak mempengaruhi semua hubungan variabel TPB dengan revisit intention.This study aims to find out what factors influence the revisit intention of Indonesian muslim consumers towards restaurants without halal logo using expanded TPB. The data used came from 356 respondents collected through online questionnaires using the convenience sampling method. Data were analyzed using PLS-SEM approach using SmartPLS application. The results of this study prove that attitude and subjective norms have influence on revisit intention of muslim consumers. Then, price fairness, store atmosphere, and halal awareness were found influence the muslim consumer attitudes. Meanwhile, trust as moderation was found not affecting all the relationships between TPB variables and revisit intention.