

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Muslim Indonesia Terhadap Food Delivery Apps dalam Pembelian Makanan Halal Pasca Pandemi = Analyzing Factors Influencing Indonesia Muslim Consumer Loyalty of Food Delivery Mobile Apps to Purchase Halal Food During Post-pandemic

Salma Nur Azizah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524739&lokasi=lokal>

Abstrak

Layanan pengiriman makanan/food delivery mulai merebak beberapa tahun ke belakang. Kehadiran aplikasi motorbike ride-hailing (ojek online) menawarkan layanan pengiriman makanan melalui armadanya untuk membeli makanan di restoran mitra. Layanan tersebut memudahkan masyarakat untuk memesan makanan tanpa pergi keluar. Namun, virus COVID-19 yang muncul menimbulkan isu kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan ke higienisan makanan yang dipesan. Termasuk konsumen muslim yang memiliki kewajiban mengonsumsi makanan halal, kepercayaan dalam memesan makanan halal melalui aplikasi menjadi isu untuk memastikan kepastian kehalalan makanan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kepercayaan halal terhadap loyalitas konsumen muslim Indonesia dalam pembelian makanan halal melalui aplikasi food delivery dalam masa pasca-pandemi. Penelitian ini berdasar pada valence theory dan teori perceived quality untuk melihat pengaruhnya terhadap kepercayaan halal dan loyalitas. Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM) dan menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Dari 251 sampel yang diteliti, ditemukan bahwa kepercayaan halal berpengaruh positif terhadap loyalitas secara signifikan. Adapun kualitas makanan halal dan kualitas aplikasi food delivery ditemukan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap risiko kesehatan yang dirasakan.

.....Food delivery services have started to spread in the past few years. The presence of an motorbike ride-hailing application (ojek online) offers food delivery services partnered with selected restaurants. Food delivery service provide convenience for people to order food without going out. However, the emerging COVID-19 virus raises issues of consumer confidence in the safety and hygiene of the food ordered. Including Muslim consumers' obligation to consume halal food. Trust in ordering halal food through mobile application is also becoming an issue because they have to ensure its halal assurance. This study aims to analyze the effect of halal trust on the loyalty of Indonesian Muslim consumers in purchasing halal food through food delivery applications in the post-pandemic period. This research is based on valence theory and perceived quality theory to see the effect on halal trust and loyalty. The analytical method used in this study is the Structural Equation Model (SEM) and uses the SmartPLS 4.0 application. From the 251 from Muslim respondents, it was found that halal trust had a significant positive effect on loyalty. Meanwhile, the quality of halal food and the quality of the food delivery application were found to have no significant effect on perceived health risk.