

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Makanan Halal pada Gen Z Muslim Indonesia = Factors Affecting Intention of Purchase of Halal Food on Gen Z Muslim Indonesia

Muthmainnah Syahidah Sahal, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524742&lokasi=lokal>

Abstrak

<p>Studi ini meneliti faktor-faktor berikut: religiositas, halal awareness, sertifikat halal, pemasaran makanan halal, dan persepsi pribadi sosial tentang keinginan untuk membeli makanan halal dalam kalangan Gen Z Muslim di Indonesia. Studi ini dilakukan dengan survei yang mendapat 215 responden dan metode menggunakan SEM PLS dengan SmartPLS dan SPSS. Studi ini menemukan bahwa faktor religiositas, Halal awareness, sertifikat Halal, serta persepsi pribadi dan sosial secara khusus berpengaruh terhadap intensi untuk membeli makanan halal pada kalangan Gen Z Muslim Indonesia. Namun, penelitian ini tidak berhasil membuktikan pengaruh pemasaran makanan Halal intensi untuk membeli makanan halal.

.....The study examined the following factors: religiousness, halal awareness, halal certification, halal food marketing, and personal social perceptions of the desire to buy halal food among Muslims in Indonesia. The study was conducted with a survey of 215 respondents and methods using SEM PLS with SmartPLS and SPSS. The study found that religious factors, Halal awareness, halal certificates, as well as personal and social perceptions specifically influenced the intensity of buying halal food among Gen Z Muslims. However, this study failed to prove the impact of intense Halal food marketing on buying halal foods.</p>