

Pengaruh Halal Awareness terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Mi Instan asal Korea Selatan di DKI Jakarta = The Effect of Halal Awareness toward Purchase Intention on Instant Noodle Products from South Korea

Farah Faizah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535829&lokasi=lokal>

Abstrak

Mi instan asal Korea Selatan menjadi salah satu produk terlaris di Indonesia, namun kedudukan halal pada produknya belum dapat dipastikan. Dapat diketahui, dalam beberapa tahun terakhir terlihat peningkatan interest pada konsumen pada produk-produk halal, ini mengindikasikan adanya peningkatan halal awareness terhadap minat beli pada konsumen muslim. Mengingat 87% penduduk Indonesia menganut agama Islam, maka Indonesia menjadi pangsa pasar potensial bagi produk-produk halal, namun diketahui walaupun mi instan asal Korea Selatan belum memiliki status halal yang jelas, permintaan pada produknya di Indonesia tetap terbilang tinggi. Dengan demikian, peneliti ingin mengetahui perlukah pihak produsen untuk memperhatikan kesadaran halal yang ada pada konsumen dengan meneliti lebih dalam mengenai bagaimanakah pengaruh halal awareness terhadap minat beli konsumen pada produk mi instan asal Korea Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif, dengan melakukan penyebaran kusioner pertanyaan tertutup dan menggunakan teknik non-probability purposive sampling pada 102 orang responden. Ditemukan dari hasil olah data menggunakan SPSS bahwa Halal Awareness berpengaruh terhadap minat beli konsumen di DKI Jakarta. Hasil dari penelitian ini akan memberikan informasi penting bagi produsen makanan untuk mengidentifikasi strategi dan menentukan langkah yang sesuai bagi pihak produsen nantinya.

.....Instant noodle from South Korea became one of the best selling products in Indonesia, but the halal position on its products can not be ascertained. It can be seen, in recent years seen an increase in consumer interest on halal products, this indicates an increase in halal awareness of buying interest in Muslim consumers. Given that 87% of Indonesians are Muslim, Indonesia is a potential market for halal products, but it is known that although instant noodles from South Korea do not have a clear halal status, the demand for their products in Indonesia remains high. Thus, researchers want to know whether the producers to pay attention to halal awareness that existed in the consumer by examining more deeply about how the effect of halal awareness on consumer buying interest in instant noodle products from South Korea. This research uses explanative quantitative approach, by conducting questionnaire closed questioning and using non-probability purposive sampling technique on 102 respondents. Found from the data if using SPSS that Halal Awareness effect on consumer buying interest in DKI Jakarta. The results of this study will provide important information for food manufacturers to identify strategies and determine the appropriate steps for the producers later.