

Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Purchase Intention Bahan Baku Halal Usaha Mikro di Depok = Factors Influencing Halal Ingredient Purchase Intention of Micro Businesses in Depok

Muhammad Rifky Hillis, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920548252&lokasi=lokal>

Abstrak

Meningkatnya kesadaran dan permintaan produk makanan halal di Indonesia, khususnya di kalangan penduduk mayoritas Muslim, telah secara signifikan mempengaruhi usaha kecil di sektor kuliner. Penelitian ini menginvestigasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian usaha mikro kuliner di Depok, dengan fokus pada kesadaran halal, kontrol perilaku yang dirasakan, norma subjektif, religiusitas, dan kepercayaan halal. Dengan menggunakan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior - TPB), penelitian ini menyoroti bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi proses pengambilan keputusan terkait dengan pengadaan bahan baku kuliner halal. Responden penelitian dikumpulkan sebanyak 165 responden melalui metode survei. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antara variabel variabel yang diteliti. Temuan menunjukkan bahwa identitas agama yang kuat dan kewajiban moral merupakan prediktor signifikan dari pembelian bahan baku halal oleh usaha mikro kuliner. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman perilaku konsumsi halal dalam konteks mayoritas Muslim dan memberikan wawasan bagi usaha mikro dalam meningkatkan praktik bisnis mereka untuk melayani segmen pasar konsumen muslim di Indonesia

.....The increasing awareness and demand for halal food products in Indonesia, particularly among the Muslim majority, have significantly impacted small businesses in the culinary sector. This study investigates the factors influencing the purchase intention of micro culinary businesses in Depok, focusing on halal awareness, perceived behavioral control, subjective norms, religiosity, and halal trust. Using the Theory of Planned Behavior (TPB), this research highlights how these factors affect decision-making processes related to the procurement of halal culinary ingredients. Data were collected from 165 respondents through survey methods. Data analysis was conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS SEM) to examine the relationships between the variables studied. The findings indicate that a strong religious identity and moral obligation are significant predictors of halal ingredient purchasing on micro culinary enterprises. This research contributes to the understanding of halal consumption behavior in a Muslim-majority context and provides insights for micro businesses to enhance their business practices to serve this muslim consumer market in Indonesia.