

Efek dari kegunaan halal label pada kosmetik yang dirasakan nilai yang dirasakan kepuasan dan peran keagamaan terhadap intensi pembelian kembali kosmetik halal = The effect of perceived usefulness of halal label on cosmetics perceived value satisfaction and role of religiosity toward repurchase intention of halal cosmetics

Bremerina Wildawati Wardhana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20413246&lokasi=lokal>

Abstrak

Fokus dari laporan ini adalah untuk membahas faktor faktor yang mempengaruhi intensi pembelian kembali produk kosmetik Halal dengan menganalisis faktor faktor seperti kegunaan yang dirasakan dari label Halal pada kosmetik nilai yang dirasakan kepuasan serta keagamaan. Penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif analisis Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kegunaan label Halal pada kosmetik memiliki pengaruh positif terhadap intensi pembelian kembali produk kosmetik Halal. Selain itu kepuasan juga terbukti memediasi sepenuhnya terhadap hubungan positif antara nilai yang dirasakan dengan intensi pembelian kembali. Namun penelitian ini menemukan bahwa tingkat keagamaan tidak memiliki pengaruh terhadap intensi pembelian kembali produk kosmetik Halal.

.....The focus of this study is to examine the factors that influence repurchase intention of Halal cosmetics by analyzing several factors namely perceived usefulness of Halal label perceived value satisfaction and religiosity. This research is using quantitative descriptive analysis. This research finds that perceived usefulness of Halal label on cosmetics has positive influence on repurchase intention moreover satisfaction also proves to fully mediate the positive relationship between perceived value and repurchase intention. However this study finds that religiosity does not have any influences on repurchase intention.