

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pembelian produk makanan bayi dan balita halal = Factors affecting purchase intention of baby and toddler halal food product

Vladissa Anjalita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474217&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebagai orang tua, sudah merupakan hal utama untuk selalu memberikan yang terbaik bagi buah hatinya, salah satunya dengan memperhatikan konsumsi makanan pada sang buah hati. Yakni dengan memberikan asupan makanan yang bergizi dan toyyib, diharapkan sang buah hati dapat tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor pendorong orang tua dalam melakukan intensi pembelian produk makanan Halal pada bayi dan balita. Penelitian ini menggunakan data primer dengan responden para orang tua yang berdomisili di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi melalui kuisioner serta diolah menggunakan SEM-PLS. Terdapat beberapa variabel yang ada dalam penelitian ini yakni Kesadaran Halal, Pemasaran Halal, Sertifikasi Halal, Persepsi Pribadi dan Sosial, Keyakinan Agama dan Intensitas Pembelian Halal. Berdasarkan hasil pengolahan data, Pemasaran Halal, Sertifikasi Halal dan Persepsi Pribadi dan Sosial berdampak positif dan signifikan terhadap variabel Intensitas Pembelian Halal. Secara umum penelitian ini menunjukkan apa saja faktor-faktor yang dapat memengaruhi orang tua dalam intensi pembelian produk makanan Halal bagi bayi dan balita.

.....

As a parent it is a priority to always give the best for their children, one of them by paying attention to the consumption of food for their children. Namely by providing intake of nutritious foods and toyyib, it is expected the baby can grow into a better person. his study aims to find out what are the factors driving the parents in the intention to purchase Halal food products in infants and toddlers. This study used primary data with respondents of parents who live in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi through questionnaires and processed using SEM PLS. There are several variables in this research that is Halal Awareness, Halal Marketing, Halal Certification, Personal and Societal Perception, Religious Belief and Halal Purchase Intention. Based on the results of data processing, Halal Marketing, Halal Certification and Personal Societal Perception have a positive impact and significant to the variable of Halal Purchase Intensi. In general, this study shows what are the factors that can affect the parents in the intention of purchasing Halal food products for baby and toddlers.