

Determinan switching intention konsumen muslim terhadap produk personal care halal = Determinants of muslim consumers switching intention to consume halal personal care product

Thasya Fadilla, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20476475&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Sebagai negara dengan penduduk Muslim lebih dari 200 juta penduduk, banyak penelitian mengungkapkan bahwa Indonesia merupakan pasar potensial bagi produk halal. Sejauh ini, dari beberapa penelitian yang telah dilakukan, label halal pada produk perawatan pribadi yang halal PCP halal ternyata kurang terlalu dipedulikan sebagai atribut penting bagi umat Muslim yang sering menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menemukan faktor-faktor intensi beralih yang memengaruhi umat Muslim Indonesia untuk menggunakan PCP yang halal. Dengan menggunakan model jalur regresi, penelitian ini mengonfirmasi hipotesis hubungan antara religiositas, sikap, dan niat konsumen untuk beralih beberapa klaster konsumen dengan menggunakan teori gaya pengambilan keputusan. Sebagai hasil, penelitian ini menunjukkan bahwa religiositas dan gaya pengambilan keputusan tidak secara kuat menjelaskan sikap konsumen terhadap PCP halal secara bersamaan. Teori Consumer Style Inventory CSI oleh Sproles dan Kendall 1986 membantu menunjukkan keragaman pengambilan keputusan konsumen Muslim Indonesia terhadap PCP halal, bahkan klaster-klaster ini tidak membuat perbedaan dalam sikap terhadap pembelian PCP halal. Data yang dikumpulkan melalui teori CSI dan dianalisis menggunakan Principal Component Analysis PCA menghasilkan enam gaya alamiah pengambilan keputusan konsumen Muslim Indonesia mengenai pembelian PCP. p.p1 margin: 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px; font: 10.0px Helvetica.

<hr>

ABSTRACT

Many research reports that Indonesia, home of more than 200 million Muslims, to be the big potential market for halal products. However, few studies have been conducted to understand the consumers' switching intention to use halal personal care product halal PCP. Halal label on PCP is less concerned as an important attribute even though Muslims consume PCP as frequent as foods and beverages. This study aims to find the switching intentions' determinant factors that influence Indonesian Muslim to use halal personal care product. This study uses a path model regression to confirm hypothetical relationships between consumers' religiosity, attitude and intention to switch for each consumers' cluster using decision making style theory. This research shows that religiosity and decision making style do not strongly explain consumers' attitude towards halal personal care product simultaneously. The original theory of Consumer Style Inventory CSI by Sproles and Kendall 1986 helps showing diversity of Muslim consumers decision making towards halal PCP, even these clusters makes no differences in Muslim attitude towards halal PCP purchase. The original data collected based on CSI theory and analyzed using Principal Component Analysis PCA produces six original Indonesian Muslim consumers' decision making style regarding PCP purchasing. p.p1 margin 0.0px 0.0px 0.0px 0.0px font 10.0px Helvetica