

Peran Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal, Kualitas Produk Halal, Komponen Pemasaran dan Merek berlogo Halal Terhadap Niat Pembelian Konsumen Muslim Terhadap Produk Pangan Halal di Jabodetabek = Effect of Halal Awareness, Halal Certification, Halal Product Quality, Marketing Promotion, and Halal Brand to Halal Purchase Intention (Moslem Customer in Jabodetabek).

Deta Nuaristia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920534585&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor (kesadaran halal, sertifikasi halal, kualitas produk halal, promosi penjualan, merek berlogo halal, komponen pemasaran) yang mempengaruhi niat pembelian konsumen muslim dalam membeli sebuah produk halal. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran kesadaran halal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat membeli produk pangan halal. Namun, sertifikasi halal memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat membeli produk pangan halal. Lalu kualitas produk halal tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membeli. Promosi penjualan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap niat membeli produk pangan halal, sedangkan untuk merek berlogo halal memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap niat membeli produk pangan halal.

.....This research is intended to identify the factors (halal awareness, halal certification, product quality, marketing promotion, and brand) in determining halal purchase intention in Jabodetabek. This research used Structural Equation Modeling (SEM) as the data analysis technique. The results showed that the role of awareness of halal has no significant influence on Muslim consumer in halal purchase intention. However, halal certification has significant influence on Muslim consumer in halal purchase intentions. Then the quality of the halal product does not significantly influence Muslim consumer in halal purchase intention. Marketing promotion has no significant influence on Muslim consumer in halal purchase intentions, while for the halal brand has a significant influence on Muslim consumer in halal purchase intentions.