

INTISARI

Hubungan antara Religiusitas dan Adopsi Produk Makanan Halal (APMH) Menggunakan Teori Perilaku Terencana: Perspektif Muslim

Oleh

Yudi Saputra

16/407881/PMU09072

Penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa religiusitas memiliki pengaruh khususnya dalam intensi pembelian produk makanan halal. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis lebih jauh hubungan antara religiusitas dengan adopsi produk makanan halal dengan menggunakan teori perilaku terencana. Untuk mengetahui hubungan antara religiusitas dan adopsi produk makanan halal, dilakukan penyebaran kuisioner kepada 222 responden muslim, dengan salah satu pertimbangan adalah domisili perkotaan dan pedesaan. Variabel yang digunakan adalah: religiusitas, sikap, norma subjektif, perpespi pengendalian diri, kontrol, dan adopsi produk makanan halal (APMH), dengan menggunakan 2 model. Analisis *Structural Equation Modelling (SEM)*- *Partial Least Square (PLS)* digunakan sebagai alat analisis dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada model 1 (dengan mediator) religiusitas terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap APMH, sedangkan pada model 2 religiusitas berpengaruh namun tidak signifikan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pemodelan hubungan antara religiusitas dan adopsi diperlukan variabel tambahan sebagai mediator dibandingkan dengan model hubungan langsung. Variabel lain yang secara konsisten terbukti berpengaruh dan signifikan dalam kedua model adalah sikap, dengan demikian maka industri maupun pemangku kebijakan terkait perlu untuk menumbuhkan sikap peduli terhadap produk makanan halal sebagai fondasi penting agar masyarakat dapat mengadopsi produk makanan halal.

Kata kunci: Religiusitas, Teori Perilaku Terencana, APMH, SEM

ABSTRACT

The Relationship between Religiosity and Halal Food Products Adoption (HFA) Using the Theory of Planned Behavior: Muslim Perspective

By

Yudi Saputra
16/407881/PMU09072

Previous research indicates that religiosity has an influence especially in the intention to purchase halal food products. This study tries to further analyze the relationship between religiosity and the adoption of halal food products using the theory of planned behavior. To find out the relationship between religiosity and adoption of halal food products, questionnaires were distributed to 222 Muslim respondents, with one consideration being urban and rural domicile. The variables used are, religiosity, attitudes, subjective norms, preference for self-control, control, and adoption of halal food products (APMH) using 2 models. Analysis of Structural Equation Modeling (SEM) - Partial Least Square (PLS) was used as an analysis tool in this study. The results showed that, in model 1 (with mediators) religiosity proved to have a positive and significant effect on APMH, whereas in model 2 influential religiosity was not significant. This indicates that modeling the relationship between religiosity and adoption requires additional variables as mediators compared to the direct relationship model. Another variable that consistently proves to be influential and significant in both models is attitude, thus the industry and related stakeholders need to foster a caring attitude towards halal food products as an important foundation so that people can adopt halal food products.

Keywords: Religiosity, Theory of Planned Behavior, APMH, SEM