

Pengaruh komitmen afektif, kalkulatif dan normatif terhadap kepercayaan pengguna kosmetik halal

ABSTRACT

Berlandaskan kepada kewajipan mendapatkan produk Halal bagi pengguna Islam, perkembangan semasa industri Halal masa kini tidak lagi hanya tertumpu kepada produk makanan semata-mata. Ianya telah menjangkau pelbagai produk yang lain terutamanya produk kosmetik. Walaubagaimanapun, tanpa komitmen yang tinggi terhadap penghasilan dan pembuatan sesuatu produk oleh pengeluar, contohnya komitmen agama (syariah) maka hasrat untuk mendapatkan produk Halal menjadi sia-sia. Di samping itu, komitmen dan kepercayaan pengguna terhadap produk kosmetik halal ini boleh terjejas dengan wujudnya isu kandungan bahan diragui dan berbahaya yang dikesan dalam pembuatan kosmetik. Oleh yang demikian, melalui pendekatan kuantitatif kajian ini cuba untuk meneroka peranan yang dimainkan oleh tiga elemen (Afektif, Kalkulatif, dan Normatif) penting didalam komitmen dan kesannya terhadap kepercayaan pengguna. Kajian ini mendapati bahawa komitmen afektif dan komitmen kalkulatif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pengguna. Walaubagaimanapun, komitmen normatif tidak mempunyai pengaruh. Dapatan kajian ini kelak akan menyumbang kepada penambahbaikan kerangka kerja kajian sedia ada disamping membantu pengeluar untuk strategi peningkatan komitmen dan kepercayaan pengguna.