

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KESADARAN HALAL, SIKAP,
NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU YANG DIPERSEPSIKAN
DAN NIAT UNTUK MENGGUNAKAN
VAKSIN COVID-19 ASTRAZENECA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

ALFIN SEPTIAN PRATAMA

NIM: 2017210721

UNIVERSITAS HAYAM WURUK PERBANAS

SURABAYA

2021

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Alfin Septian Pratama
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 05 September 1999
N.I.M : 2017210721
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : “Analisis Hubungan Antara Kesadaran Halal, Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Dan Niat Untuk Menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca”

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal:

.....

(BURHANUDDIN, SE., Msi. Ph.D)

NIDN : 0719047701

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen
Tanggal:

.....

BURHANUDDIN, SE., Msi. Ph.D

NIDN : 0719047701

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KESADARAN HALAL, SIKAP,
NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU YANG DIPERSEPSIKAN DAN
NIAT UNTUK MENGGUNAKAN
VAKSIN COVID-19 ASTRAZENECA**

ALFIN SEPTIAN PRATAMA

Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya
E-mail: 2017210721@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of the relationship between halal awareness, attitudes, subjective norms, perceived behavioral control and intention to use the AstraZeneca COVID-19 vaccine in Indonesia. The sampling technique used in this study is non-probability sampling by choosing the judgment sampling method. The data collection technique uses an online questionnaire by distributing 210 samples throughout Indonesia. The hypothesis of this study is :

- (1) Halal Awareness has a significant positive effect on Attitudes to AstraZeneca's COVID-19 vaccine.*
- (2) Halal Awareness has a significant positive effect on Intention to Use AstraZeneca's COVID-19 vaccine.*
- (3) Attitudes has a significant positive effect on Intention to Use AstraZeneca's COVID-19 vaccine.*
- (4) Subjective Norms has a significant positive effect on Intention to Use AstraZeneca's COVID-19 vaccine.*
- (5) Perceived Behavioral Control has a significant positive effect on Intention to Use AstraZeneca's COVID-19 vaccine.*

The results of this study are halal awareness has a significant effect on attitudes, halal awareness and attitudes has no significant effect on intention to use, subjective norms and perceived behavioral control has a significant effect on intention to use. The data analysis technique in this study used descriptive analysis and statistical analysis using Partial Least Square with Structural Equation Modeling using WarpPLS 7.0 software.

Key words : *Halal Awareness, Attitudes, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Intention to Use, Vaccine, AstraZeneca.*

PENDAHULUAN

COVID-19 merupakan penyakit yang disebabkan oleh virus *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2)*. COVID-19 dapat menimbulkan gangguan sistem pernapasan, mulai dari gejala yang ringan

seperti flu, hingga menyebabkan infeksi paru-paru, seperti pneumonia. Penyakit ini menjadi sorotan karena kemunculannya di akhir tahun 2019 pertama kali di Wuhan, China. Lokasi kemunculannya pertama kali ini, membuat coronavirus juga dikenal dengan sebutan Wuhan virus. Selain China, coronavirus juga menyebar secara cepat ke berbagai negara lain, seperti

Jepang, Thailand, Korea Selatan, Amerika Serikat, termasuk juga Indonesia. Kasus positif COVID-19 di Indonesia pertama kali dideteksi pada tanggal 2 Maret 2020, pada tanggal 9 April 2020, pandemi telah menyebar ke 34 provinsi dengan DKI Jakarta, Jawa Barat dan Jawa Tengah sebagai provinsi paling banyak terpapar virus corona di Indonesia. Virus COVID-19 semakin hari jumlah kasus positifnya semakin meningkat, pada bulan april 2021 jumlah kasus positif COVID 19 mencapai 1.6 juta kasus. Pemerintah diharapkan dapat menerapkan upaya untuk dapat menekan jumlah angka kasus positif COVID-19. Salah satu upaya untuk menekan angka jumlah kasus COVID-19 yang kian meningkat adalah dengan penyediaan dan penggunaan vaksin COVID-19 dari pemerintah.

Efektivitas, keamanan dan kehalalan vaksin COVID-19 diteliti dalam uji klinisnya oleh pemerintah, majelis ulama indonesia berbagai lembaga terkait. Hal ini merupakan langkah pemerintah dalam memastikan bahwa vaksin COVID-19 yang akan disediakan layak digunakan dan halal untuk mencegah COVID-19. Sampai saat ini masih banyak orang yang belum memutuskan untuk berniat menggunakan vaksin. Keraguan tersebut didasari pada sejumlah opini terbentuk, antara lain tentang bahaya vaksin baru ini, terutama menyangkut efek samping jangka panjang yang belum berbasis bukti hingga terkesan terburu-buru. Pendapat lain adalah keraguan yang muncul akibat informasi tentang tingkat efektivitas yang hanya berkisar antara 50-60 persen, sementara uji coba ataupun uji klinis, masih terus berlangsung. Kehalalan vaksin juga menjadi faktor yang melatarbelakangi niat masyarakat untuk menggunakan vaksin. Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengumumkan vaksin AstraZeneca mengandung tripsin babi. Ketua Komisi Fatwa MUI, Hasanuddin AF, mengatakan informasi soal tripsin ini diperoleh dari

hasil kajian Lembaga Pengkajian Pengawasan Obat-obatan dan Kosmetik (LPPOM) MUI. Meskipun telah menyatakan bahwa vaksin Covid-19 buatan AstraZeneca haram, namun MUI pada akhirnya tetap menyatakan bahwa vaksin tersebut dapat digunakan. MUI mengemukakan 5 alasan yang mendasari diperbolehkannya penggunaan vaksin COVID-19 AstraZeneca (*Fatwa MUI: Penggunaan Vaksin COVID-19 AstraZeneca Pada Saat Ini Dibolehkan (Mubah) - Masyarakat Umum / Covid19.go.id*). Fatwa MUI ini tersebut diantaranya adalah karena kebutuhan kondisi mendesak yang menduduki kondisi darurat, keterangan ahli tentang adanya bahaya (risiko fatal) jika tidak segera dilakukan vaksinasi COVID-19, serta ketersediaan vaksin COVID-19 yang halal dan suci tidak mencukupi guna ikhtiar mewujudkan kekebalan kelompok (herd immunity). Selain itu ada jaminan keamanan penggunaan oleh pemerintah, sementara pemerintah tidak memiliki keleluasaan memilih jenis vaksin COVID-19 karena keterbatasan vaksin yang tersedia. Hal tersebut yang melatarbelakangi terbentuknya penelitian ini. Peneliti menyadari pentingnya untuk meneliti niat untuk menggunakan vaksin COVID-19 AstraZeneca.



Sumber : KPC-PEN covid19.go.id

Gambar 1.2 FATWA MUI TERKAIT HUKUM PENGUNAAN VAKSIN COVID-19 ASTRAZENECA

Niat untuk menggunakan vaksin COVID-19 AstraZeneca dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa faktor yang memengaruhi tersebut dijelaskan dalam *Theory of planned behaviour (TPB)* oleh (Ajzen, 2012). *Theory of planned behaviour (TPB)* menjelaskan bahwa niat dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Niat diasumsikan menangkap faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku, yang mengindikasikan seberapa keras orang bersedia untuk mencoba dan berapa banyak upaya yang mereka rencanakan untuk dikerahkan dalam rangka untuk melakukan perilaku (Ajzen, 2012). Fishbein dan Ajzen (2011) mendefinisikan sikap sebagai perasaan umum seseorang yang berupa perasaan positif atau negatif terhadap suatu objek sikap. Norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi individu terhadap pengaruh lingkungan sosial yang penting bagi dirinya untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu (Fishbein dan Ajzen, 2011). Ajzen (2012) mendefinisikan *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku

yang dipersepsikan sebagai dorongan atau hambatan yang dipersepsikan seseorang untuk menampilkan tingkah laku. Merujuk pada *Theory of planned behaviour (TPB)* oleh Ajzen (2012), maka dapat disimpulkan bahwa Niat untuk menggunakan vaksin COVID-19 AstraZeneca dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan.

Faktor lain yang mempengaruhi niat untuk menggunakan vaksin COVID-19 AstraZeneca selain sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah Kesadaran halal. Pengertian kesadaran halal menurut Shaari and Arifin, (2009) adalah kesadaran konsumen untuk mengetahui kehalalan suatu produk sebelum membeli dan mengkonsumsi. Kesadaran halal diperhatikan karena Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk muslim terbanyak di dunia. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim, maka label/sertifikat halal merupakan hal yang cukup diperhatikan sebelum menggunakan vaksin COVID-19. Pemahaman akah halal dijelaskan pada penelitian Che Man dan Mustafa (2010) dalam Rahim, Shafii and Shahwan, (2015) dan Hadits Rasulullah SAW. Penelitian Che Man dan Mustafa (2010) dalam Rahim, Shafii and Shahwan, (2015) menerangkan, Halal pada dasarnya adalah sesuatu yang diperbolehkan berdasarkan syariah dalam aspek agama, iman dan spiritual sementara *thoyyib* adalah hal baik atau sehat dalam hal kualitas, keamanan, higienis, bersih, bergizi dan keaslian dalam aspek ilmiah. Abu Huraira RA bercerita dalam sebuah hadits yang diriwayatkan Muslim, dia berkata: Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya Allah adalah *thayyib* (baik) dan tidak menerima kecuali yang *thayyib* (baik/halal). Dan sesungguhnya Allah SWT telah memerintahkan kepada kaum mukminin dengan sesuatu yang Allah perintahkan pula kepada para rasul. Maka Allah subhanahu wa ta'ala

berfirman: "Wahai para rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik dan kerjakanlah amal shalih." (Al-Mu'minun; 51).

Kriteria vaksin COVID-19 yang halal menurut fatwa MUI vaksin COVID-19 produksi *Sinovac Lifescience Co Ltd (BPOM Terbitkan EUA, Komisi Fatwa MUI: Vaksin Sinovac Halal dan Boleh Digunakan Muslim – Majelis Ulama Indonesia)* diantaranya yaitu; yang pertama, proses produksi Sinovac tidak memanfaatkan (*intifa'*) babi atau bahan yang tercemar babi dan turunannya; kedua, proses produksi Sinovac tidak memanfaatkan bagian tubuh manusia (*juz' minal insan*); ketiga, proses produksi Sinovac bersentuhan dengan barang najis mutawassithah, sehingga dihukumi mutanajjis, tetapi sudah dilakukan pensucian yang telah memenuhi ketentuan pensucian secara syar'i (*tathhir syar'i*); keempat, proses produksi Sinovac menggunakan fasilitas produksi yang suci dan hanya digunakan untuk produk vaksin Covid-19; yang terakhir, peralatan dan pensucian dalam proses produksi dipandang telah memenuhi ketentuan pencucian secara syar'i. Selain kriteria vaksin COVID-19 yang halal tersebut, MUI juga telah mengeluarkan fatwa alasan diperbolehkannya penggunaan vaksin pada vaksin COVID-19 AstraZeneca (*Fatwa MUI: Penggunaan Vaksin COVID-19 AstraZeneca Pada Saat Ini Dibolehkan (Mubah) - Masyarakat Umum / Covid19.go.id*). Meski telah menyatakan bahwa vaksin Covid-19 buatan AstraZeneca haram, namun MUI pada akhirnya tetap menyatakan bahwa vaksin tersebut dapat digunakan. Terdapat lima pertimbangan utama MUI memutuskan hal ini. Pertama, adalah adanya kondisi kebutuhan yang mendesak atau hajjah asy'ariyah dalam fiqih, yang menduduki kedudukan darurat syari. Alasan kedua, adalah adanya keterangan dari ahli yang kompeten dan terpercaya tentang adanya bahaya atau resiko fatal jika tak segera

dilakukan vaksinasi Covid-19. Ketiga, ketersediaan vaksin Covid-19 yang halal dan suci, tak mencukupi untuk pelaksanaan vaksinasi Covid-19 guna ikhtiar mewujudkan kekebalan kelompok atau herd immunity. Alasan keempat, adalah adanya jaminan keamanan penggunaannya untuk pemerintah sesuai dengan penggunaannya. Alasan kelima, adalah pemerintah yang tak memiliki keleluasaan memilih jenis vaksin. Mengingat keterbatasan vaksin yang tersedia baik di Indonesia maupun di tingkat global. Mengacu pada beberapa pemahaman tersebut maka kesadaran halal dapat dijadikan faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan vaksin COVID-19 AstraZeneca.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan vaksin COVID-19 AstraZeneca. Mengacu pada teori TPB niat untuk menggunakan dapat dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan dan juga teori diluar TPB yaitu kesadaran Halal. Sikap didefinisikan sebagai perasaan umum seseorang yang berupa perasaan positif atau negatif terhadap vaksin COVID-19 AstraZeneca. Norma subjektif merupakan keyakinan seseorang mengenai pengaruh lingkungan sosial terhadap dirinya untuk menggunakan vaksin COVID-19 AstraZeneca. Kontrol perilaku yang dipersepsikan sebagai dorongan atau hambatan yang dipersepsikan seseorang untuk menggunakan vaksin COVID-19 AstraZeneca. Pada masyarakat yang beragama muslim, kesadaran untuk mengetahui kehalalan vaksin COVID-19 sebelum menggunakannya cukup penting. Jika seseorang sudah memiliki kesadaran akan kehalalan akan mempengaruhi niat untuk menggunakan vaksin COVID-19. Berdasar pada beberapa pemahaman diatas maka penelitian ini meneliti Analisis Hubungan Antara Kesadaran Halal, Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Dan Niat Untuk

Menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca.

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Kesadaran Halal

Kesadaran akan kehalalan suatu produk adalah hal yang penting bagi kalangan umat muslim. Kesadaran adalah kemampuan untuk memahami, merasakan, dan menyadari peristiwa dan objek, ini adalah konsep tentang menyiratkan pemahaman dan persepsi terhadap peristiwa atau subjek (Aziz dan Chok, 2013). Kesadaran dalam konteks halal adalah memiliki minat atau pengalaman khusus akan sesuatu dan / atau mendapat informasi yang baik tentang apa yang terjadi saat ini tentang makanan, minuman dan produk halal (Azam, 2016). Kesadaran halal dapat diartikan memiliki minat atau pengalaman khusus akan sesuatu dan / atau mendapat informasi yang baik tentang apa yang terjadi saat ini tentang makanan halal, minuman dan produk (Ambali dan Naqiyuddin Bakar, 2013). Dalam beberapa tahun terakhir, minat penelitian terhadap konsep halal telah berkembang pesat, khususnya dalam konteks pemasaran dan branding (Wilson dan Liu, 2010). Peran konsep halal dalam pemasaran dan branding adalah mempengaruhi perilaku konsumen dan keputusan pembelian melalui kesadaran konsumen terhadap produk halal. Pengertian kesadaran halal secara harfiah berarti mendapat informasi yang baik tentang kehalalan produk yang dikonsumsi (Aziz & Chok, 2013; Bonne & Verbeke, 2008; Lada et al., 2009).

Sikap

Sikap adalah tingkat di mana seorang individu memiliki penilaian atau evaluasi yang positif atau negatif dari tindakan atau perilaku yang memengaruhi niat individu untuk melakukan perilaku yang sebenarnya (Fishbein dan Ajzen, 2011). Ajzen (2012) berpendapat, perilaku

individu dipengaruhi oleh niat individu itu (*behavioral intention*) terhadap perilaku tertentu tersebut. Sedangkan niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh variabel sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*). Sikap didefinisikan sebagai perasaan mendukung atau memihak (*favorableness*) atau perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorableness*) terhadap suatu objek yang akan disikapi. Perasaan ini timbul dari adanya evaluasi individual atas keyakinan terhadap hasil yang didapatkan dari perilaku tertentu tersebut. Sikap merupakan faktor vital dalam membentuk niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2012). Sikap, dalam artikel asli TPB, didefinisikan sebagai “sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku yang bersangkutan” (Ajzen, 2012).

Struktur sikap terdiri atas tiga komponen yang saling menunjang yaitu komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif (Suryani, 2008:162). Komponen kognitif merupakan representasi apa yang dipercayai oleh individu pemilik sikap. Komponen kognitif berisi kepercayaan stereotipe yang dimiliki individu mengenai sesuatu dapat disamakan penanganan (opini) terutama apabila menyangkut masalah isu atau problem yang kontroversial. Komponen afektif merupakan perasaan yang menyangkut aspek emosional. Aspek emosional inilah yang biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap dan merupakan aspek yang paling bertahan terhadap pengaruh-pengaruh yang mungkin adalah mengubah sikap seseorang komponen afektif disamakan dengan perasaan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Komponen konatif merupakan aspek kecenderungan berperilaku tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki oleh seseorang. Dan berisi tendensi atau kecenderungan

untuk bertindak atau bereaksi terhadap sesuatu dengan cara-cara tertentu. Dan berkaitan dengan objek yang dihadapinya adalah logis untuk mengharapkan bahwa sikap seseorang adalah dicerminkan dalam bentuk tendensi perilaku.

Norma Subjektif

Norma subjektif merupakan sesuatu hal yang penting bagi seorang individu yang secara tidak langsung memengaruhi perilaku suatu individu. Norma subjektif mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan pada individu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 2012). Norma subjektif juga diartikan sebagai penilaian positif atau negatif atau persepsi referensi individu atau kelompok yang percaya apa yang individu harus bertindak atau lakukan (Finlay, Trafimow and Moroi, 1999). Teman dekat bertindak sebagai kelompok referensi utama untuk menentukan norma subjektif individu (Agnoli, Capitello and Begalli, 2016). Norma subyektif merupakan faktor esensial dalam literatur yang berhubungan dengan perilaku. Pentingnya norma subjektif sangat dipertimbangkan dalam TRA dan TPB. Norma subyektif merepresentasikan bagaimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya (Venkatesh and Davis, 2000).

Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan

Kontrol perilaku yang dipersepsikan (PBC) adalah hal yang penting bagi seorang individu yang juga merupakan hal yang secara tidak langsung memengaruhi perilaku suatu individu selain sikap dan norma subjektif. Kontrol perilaku yang dipersepsikan (PBC) dapat diartikan sebagai kombinasi dari keyakinan kontrol dan kekuatan yang dirasakan dari sebuah individu yang membentuk prediktor niat yang signifikan (Shin and Hancer, 2016). PBC didefinisikan sebagai "kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam

melakukan perilaku" (Ajzen, 2012). Seseorang yang mempunyai sikap dan norma subjektif yang mendukung dalam melakukan perbuatan tertentu akan sangat bergantung pada dukungan kontrol perilaku persepsian yang ia miliki. Keberadaan faktor pendukung memberikan peran penting dalam hal pengendalian atas kontrol perilaku. Begitu pula sebaliknya, semakin sedikit faktor pendukung yang dirasakan oleh suatu individu maka individu tersebut akan kesulitan untuk memahami perilaku yang dilakukan (Ajzen, 2005). Pandangan Ajzen tentang kontrol perilaku yang dipersepsikan serupa dengan Bandura, (1982) gagasan tentang kemanjuran diri yang dirasakan oleh Bandura, yang "berkaitan dengan penilaian tentang seberapa baik seseorang dapat melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk menghadapi situasi prospektif" (Bandura, 1982:122). Penelitian Bandura telah menunjukkan bahwa perilaku orang sangat dipengaruhi oleh kepercayaan diri mereka pada kemampuan mereka (yaitu mempersepsikan kontrol perilaku) untuk melakukan perilaku tersebut.

Niat untuk Menggunakan

Niat merupakan hal yang secara langsung memengaruhi perilaku suatu individu. Dalam TPB niat merupakan faktor kunci yang membentuk suatu perilaku (Ajzen, 1991). Niat dapat didefinisikan sebagai faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku; niat adalah indikasi seberapa keras orang mau mencoba, seberapa besar upaya yang mereka rencanakan, untuk melakukan perilaku (Ajzen, 2012). Niat merupakan konsep penting dalam literatur yang membahas tentang perilaku yang berhubungan dengan kesehatan, termasuk perilaku menggunakan situs yang berhubungan dengan kesehatan. Intention to use didasarkan pada definisi (Fishbein dan Ajzen, 2011:288) tentang niat perilaku: "kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu". Berdasar

pada beberapa definisi tersebut, niat untuk menggunakan vaksin COVID-19 AstraZeneca dapat diartikan sebagai kecenderungan yang merepresentasikan kekuatan motivasi seseorang untuk menggunakan vaksin COVID-19 AstraZeneca.

Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Sikap

Kesadaran konsumen muslim terhadap kehalalan suatu produk yang di edarkan di suatu negara mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen terhadap suatu produk tersebut dijelaskan dalam berbagai literatur. Penelitian Mahir Pradana tahun 2020 menjelaskan bahwa secara umum, konsumen muslim cenderung mencari sertifikasi halal otentik yang dikeluarkan oleh otoritas terkait tidak hanya di negara asal muslim tetapi juga di negara tuan rumah. Karena keberadaan pangan halal telah diakui di beberapa negara, biasanya produk tersebut ditandai dengan label atau sertifikat yang membantu konsumen dalam mengidentifikasi dirinya (Aziz & Chok, 2013). Konsep kesadaran konsumen akan kehalalan produk yang mempengaruhi sikap konsumen juga dijelaskan dalam beberapa literatur lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Hussaini, (1993) menunjukkan bahwa 75% imigran Muslim di AS masih berpegang pada hukum makanan agama mereka. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat sikap tertentu terhadap label halal, yang merupakan implikasi dari suatu keyakinan (sebelum reaksi, sikap, atau perilaku) sebagai akibat dari mengetahui konsep halal (BUTT, M. M and AFTAB, M, 2013). Pandangan tersebut berbanding lurus terhadap penelitian yang dikemukakan oleh NASUTION et al., (2016) bahwa kesadaran halal membawa ketenangan pikiran bagi konsumen Muslim sebelum mereka mengkonsumsi suatu produk. Peneliti ingin meneliti sejauh mana sikap konsumen Muslim

Spanyol terhadap label makanan halal dan apakah hal itu dipengaruhi oleh kesadaran halal mereka. Berdasar pada beberapa penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa apabila kesadaran halal oleh konsumen semakin tinggi maka akan mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu produk tersebut.

Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Niat untuk Menggunakan

Kesadaran halal tidak hanya mempengaruhi sikap konsumen akan suatu produk, tetapi kesadaran akan kehalalan suatu produk juga mempengaruhi individu untuk memiliki intensi untuk menggunakan produk tersebut. Kesadaran dalam konteks halal adalah memiliki minat atau pengalaman khusus akan sesuatu dan / atau mendapat informasi yang baik tentang apa yang terjadi saat ini tentang makanan, minuman dan produk halal (Azam, 2016). Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa semakin individu/konsumen mendapatkan informasi dan pengalaman yang baik tentang produk berlabel halal, hal tersebut dapat mempengaruhi minat individu untuk menggunakan suatu produk.

Penelitian Pradana et al., (2020) menjelaskan bahwa, kesadaran terhadap halal berpengaruh terhadap niat pembelian. Bagi umat Islam, halal adalah hukum yang ditetapkan oleh Allah (Tuhan Yang Maha Esa). Berdasar pada aturan tersebut, mengikuti aturan halal juga dipandang sebagai norma subjektif yang harus diperhatikan konsumen muslim sebelum mengambil keputusan dari pilihan produk makanan yang melimpah (Asnawi, Sukoco and Fanani, 2018). Pemilihan dan pembelian produk dapat mengikuti proses kognitif dalam arti konsumen perlu mengetahui suatu produk yang ditawarkan dan memahami karakteristiknya yang paling relevan (Awan, Siddiquei and Haider, 2015).

Pengaruh Sikap Terhadap Niat untuk Menggunakan

Sikap adalah suatu hal yang memengaruhi niat seorang individu. Perilaku individu dipengaruhi oleh niat individu itu (*behavioral intention*) terhadap perilaku tertentu tersebut. Sedangkan niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh variabel sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 2012). Berbagai literatur menerangkan bahwa sikap konsumen muslim terhadap kehalalan suatu produk yang di edarkan di suatu negara mempengaruhi intensi untuk menggunakan terhadap suatu produk. Penelitian Xia et al., (2021) menjelaskan bahwa secara umum, perasaan positif atau negatif seseorang terhadap perilaku tersebut (yaitu, sikap) mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan suatu produk. Model TPB mengasumsikan bahwa sikap sangat berkorelasi dengan perilaku. Penelitian ini menemukan bahwa sikap terhadap TCM memiliki dampak terbesar pada niat untuk menggunakan TCM, yang sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya. Sikap ditemukan sangat dipengaruhi oleh PBC, yang terdiri dari kondisi fasilitasi dan kemanjuran diri. Hasil penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa kognisi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap individu terhadap TCM. Konsep sikap akan kehalalan produk yang mempengaruhi intensi untuk menggunakan juga dijelaskan dalam beberapa literatur lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Bao et al., (2017) menerangkan bahwa Sikap menangkap evaluasi keseluruhan seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Sikap terhadap suatu perilaku mengacu pada "sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku tersebut" (Ajzen, 2001). Dünnebeil et al., (2012) menemukan

hubungan positif antara sikap dan niat untuk menggunakan kesehatan elektronik. Studi yang dilakukan oleh (Bao, Hoque and Wang, 2017) menemukan bahwa orang dewasa memiliki sikap positif terhadap penggunaan informasi online untuk perawatan kesehatan orang tua mereka. Hasil ini sejalan dengan Lanseng & Andreassen, (2007) bahwa sikap memiliki kemampuan yang sangat baik untuk memprediksi niat berperilaku di masa depan. (Teo and Noyes, 2011) juga menemukan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat menggunakan teknologi informasi.

Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat untuk menggunakan

Norma subjektif merupakan hal lain selain sikap yang mempengaruhi individu untuk memiliki intensi menggunakan suatu produk . Norma subjektif memiliki definisi yang mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan pada individu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 2012). Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa semakin individu/konsumen mendapatkan pengaruh atas informasi dan rekomendasi yang baik dari lingkungan sosial tentang suatu produk, hal tersebut dapat mempengaruhi minat individu untuk menggunakan suatu produk tersebut. Penelitian Xia et al., (2021) menjelaskan bahwa berdasarkan TPB, pengaruh orang atau organisasi penting pada perilaku individu mempengaruhi niat perilaku seseorang untuk menggunakan suatu produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Bao et al., (2017) yang mengutip dari beberapa literatur, menerangkan bahwa Norma subyektif diartikan sebagai "persepsi seseorang bahwa kebanyakan orang yang penting baginya berpikir dia harus atau tidak harus melakukan perilaku yang bersangkutan" (Venkatesh *et al.*, 2003). Penelitian sebelumnya tentang penggunaan sistem informasi banyak menemukan

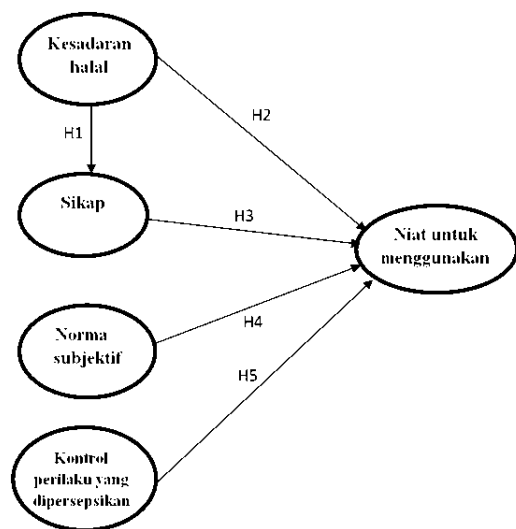
hubungan positif antara norma subjektif dan niat perilaku (Bhatti, 2007; Lee, 2010). Pada kasus pencarian informasi kesehatan online, jika seorang anak dewasa percaya bahwa orang-orang penting seperti kerabat atau teman berpikir bahwa pencarian informasi kesehatan untuk orang tua mereka itu penting, mereka cenderung berniat untuk melakukan perilaku tersebut. norma subjektif merupakan prediktor yang signifikan ketika orang dewasa menggunakan informasi online. Masyarakat Cina telah mengembangkan seperangkat aturan perilaku untuk kehidupan keluarga: anak-anak dewasa harus memberikan perhatian dan rasa hormat kepada orang tua. Pelanggaran norma sosial budaya tersebut dapat menyebabkan stres yang luar biasa (Zhang *et al.*, 1997). Penelitian Xia *et al.*, (2021) menjelaskan bahwa berdasarkan TPB, pengaruh orang atau organisasi penting pada perilaku individu mempengaruhi niat perilaku seseorang untuk menggunakan suatu produk.

Pengaruh Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan Terhadap Niat untuk Menggunakan

Berdasarkan TPB, selain sikap norma subjektif konsumen akan suatu produk, kontrol perilaku yang dipersepsikan juga mempengaruhi individu untuk memiliki intensi untuk menggunakan produk tersebut. Kontrol perilaku yang dipersepsikan (PBC) dapat diartikan dorongan atau hambatan yang dipersepsikan seseorang untuk menampilkan tingkah laku (Ajzen, 2012). Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa semakin individu/konsumen memiliki persepsi yang baik tentang suatu produk, hal tersebut dapat memudahkan perilakunya yang mempengaruhi minat individu tersebut untuk menggunakan suatu produk. Penelitian Xia *et al.*, (2021) menjelaskan bahwa berdasarkan TPB,

kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku (yaitu, PBC) mempengaruhi niat perilaku seseorang untuk menggunakan suatu produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Bao *et al.*, (2017) menjelaskan Perceived Behavior Control (PBC) adalah topik penting dalam literatur psikologi sosial. PBC mengacu pada "persepsi kendala internal dan eksternal pada perilaku dan mencakup efikasi diri, kondisi yang memfasilitasi sumber daya, dan kondisi yang memfasilitasi teknologi" (Venkatesh *et al.*, 2003). Hal ini seharusnya mencerminkan pengalaman sebelumnya, rintangan dan hambatan yang diantisipasi. Jadi, jika orang dewasa memiliki materi yang diperlukan untuk mencari informasi kesehatan online untuk orang tua mereka yang sudah lanjut usia, dan menganggap perilaku tersebut mudah, mereka cenderung memiliki niat yang kuat untuk melakukan perilaku tersebut. PBC adalah prediktor signifikan dari niat untuk menggunakan informasi kesehatan online.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah individu muslim yang belum pernah menggunakan vaksin COVID-19 AstraZeneca. Sampel penelitian ini adalah individu muslim yang belum menggunakan vaksin COVID-19 bersertifikat halal yang terpilih dengan teknik *purposive sampling yaitu judgment sampling*. Penelitian ini memerlukan sebanyak 200 responden untuk hasil yang stabil (Kline, 2016:16).

Data Dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti secara langsung untuk tujuan tertentu dari penelitian, dengan menggunakan empat metode utama pengumpulan data primer wawancara, observasi, pemberian kuesioner dan eksperimen (Sekaran & Bougie, 2016:38). Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik kuesioner. Kuesioner disebar kepada responden dengan media *Google Form*. Responden memberikan jawaban atas pernyataan peneliti mengenai penelitian. Setelah tanggapan dari responden diperoleh, maka dilakukan analisis data.

Teknik Analisa Data

Analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran hasil penelitian di lapangan terutama yang berkaitan dengan responden penelitian. Dalam penelitian ini akan digunakan dua analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis statistik

Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk memperoleh gambaran secara umum variabel yang digunakan pada penelitian ini. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kesadaran halal, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku

yang dipersepsikan dan niat untuk menggunakan. Hasil kuesioner yang sudah diisi responden akan diolah dan dianalisis lalu diambil kesimpulan yang menyatakan hasilnya dapat ditafsirkan dan diputuskan.

Analisis Statistik

Alat pengujian statistik yang digunakan dalam menguji hipotesis penelitian ini yaitu menggunakan PLS (Partial Least Square) Structural equation modeling (SEM). PLS-SEM adalah pendekatan pemodelan kausal yang bertujuan untuk memaksimalkan varian yang dijelaskan dari konstruksi laten dependen (Hair, Ringle and Sarstedt, 2011). Pengujian PLS memerlukan *structural model(inner model)* dan model pengukuran / *measurement mode(outer model)*.

1. Model Pengukuran

- Keandalan konsistensi internal (*Internal consistency reliability*): Keandalan komposit harus lebih tinggi dari 0.70 (dalam penelitian eksplorasi, 0.60 hingga 0.70 dianggap dapat diterima).
- Keandalan indikator (*Indicator reliability*): Pembebanan indikator harus lebih tinggi dari 0.70.
- Validitas konvergen: Varians rata-rata yang diekstraksi (AVE) harus lebih tinggi dari 0.50.
- Validitas diskriminan:
 - AVE dari setiap konstruk laten harus lebih tinggi daripada korelasi kuadrat tertinggi konstruk dengan konstruk laten lainnya (kriteria Fornell-Larcker).
 - Beban indikator (*indicator's loading*) harus lebih tinggi dari semua beban silang (*cross loading*).

2. Model struktural

- Nilai R^2 sebesar 0.75, 0.50, atau 0.25 untuk variabel laten endogen dalam model struktural masing-masing dapat digambarkan sebagai substansial, sedang, atau lemah.

- Gunakan *bootstrapping* untuk menilai signifikansi koefisien jalur. Jumlah minimum sampel bootstrap adalah 5.000, dan jumlah kasus harus sama dengan jumlah pengamatan dalam sampel asli. Nilai-t kritis (*Critical t-values*) untuk uji dua sisi adalah 1,65 (tingkat signifikansi = 10 persen), 1,96 (tingkat signifikansi = 5 persen), dan 2,58 (tingkat signifikansi = 1 persen).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHAS

Analisis Outer Model (*Measurement Model*)

Uji Validitas

TABEL 1
NILAI *LOADING FACTOR* SAMPEL KECIL

	KH	Si	NS	KPD	NM
KH1	(0.888)	-0.498	0.767	0.141	-0.191
KH2	(0.884)	0.154	-0.790	-0.189	0.588
KH3	(0.770)	-1.302	0.799	0.204	0.325
KH4	(0.851)	1.538	-0.703	-0.135	-0.706
Si1	0.065	(0.946)	-0.272	-0.231	0.390
Si2	0.013	(0.927)	0.563	0.277	-0.618
Si3	-0.077	(0.963)	-0.275	-0.040	0.211
NS1	0.013	0.263	(0.978)	-0.153	0.107
NS2	-0.050	-0.010	(0.930)	-0.270	0.073
NS3	-0.002	0.089	(0.967)	-0.014	-0.289
NS4	0.040	-0.376	(0.888)	0.465	0.121
KPD1	0.043	-0.345	1.520	(0.765)	-1.540
KPD2	-0.059	1.174	-0.385	(0.890)	-0.357
KPD3	-0.023	0.207	-0.228	(0.931)	0.174
KPD4	-0.138	-0.344	0.843	(0.801)	-0.724
KPD5	0.099	-0.309	-0.731	(0.863)	1.202
KPD6	0.073	-0.472	-0.714	(0.915)	0.958
NM1	-0.019	0.132	-0.338	-0.159	(0.968)
NM2	-0.028	-0.432	0.269	0.218	(0.945)
NM3	0.047	0.290	0.076	-0.054	(0.966)

Nilai AVE untuk variabel KH (0,722), Si (0,894), NS (0,886), KPD (0,774) dan NM (0,921).

TABEL 2
NILAI *LOADING FACTOR* SAMPEL BESAR

	KH	Si	NS	KPD	NM
KH1	(0.756)	0.306	0.019	0.271	-0.340
KH2	(0.777)	-0.191	-0.185	0.027	0.229
KH3	(0.813)	-0.102	0.159	-0.278	0.097
Si1	-0.012	(0.897)	-0.061	-0.105	0.103
Si2	0.045	(0.891)	0.049	0.267	-0.458
Si3	-0.033	(0.878)	0.012	-0.164	0.360
NS1	0.019	0.036	(0.907)	-0.024	0.028
NS2	-0.007	-0.155	(0.913)	-0.015	-0.029
NS3	-0.007	0.021	(0.907)	0.032	-0.154
NS4	-0.005	0.103	(0.867)	0.007	0.163
KPD2	-0.023	0.043	-0.019	(0.774)	0.187
KPD3	-0.044	-0.147	-0.009	(0.809)	0.092
KPD4	-0.065	0.139	-0.086	(0.813)	-0.146
KPD5	0.046	0.033	0.126	(0.752)	-0.230
KPD6	0.084	-0.062	-0.003	(0.841)	0.087
NM1	-0.007	0.075	-0.115	0.020	(0.937)
NM2	0.008	-0.027	0.102	-0.015	(0.918)
NM3	-0.002	-0.048	0.015	-0.006	(0.949)

Nilai AVE untuk variabel KH (0,612), Si (0,790), NS (0,807), KPD (0,638), NM (0,874). Nilai AVE semua variabel di atas 0,5, jika sudah terpenuhi atau semua item untuk masing-masing variabel sudah valid atau sudah dianggap mampu mengukur masing-masing variabel.

Uji Validitas

Tabel 3
HASIL UJI VALIDITAS DAN
RELIABILITAS SAMPEL KECIL

Indikator	Loading Factor	P Value	Composite reliability	Cronbach Alpha	AVE	Kesimpulan	
						Reliabel	Valid
KH1	0.888	<0.001	0.912	0.870	0.722	Reliabel	Valid
KH2	0.884	<0.001					Valid
KH3	0.770	<0.001					Valid
KH4	0.851	<0.001					Valid
Si1	0.946	<0.001	0.962	0.941	0.894	Reliabel	Valid
Si2	0.927	<0.001					Valid
Si3	0.963	<0.001					Valid
NS1	0.978	<0.001	0.969	0.957	0.886	Reliabel	Valid
NS2	0.930	<0.001					Valid
NS3	0.967	<0.001					Valid
NS4	0.888	<0.001					Valid
KPD1	0.765	<0.001	0.946	0.930	0.744	Reliabel	Valid
KPD2	0.890	<0.001					Valid
KPD3	0.931	<0.001					Valid
KPD4	0.801	<0.001					Valid
KPD5	0.863	<0.001					Valid
KPD6	0.915	<0.001					Valid
NM1	0.968	<0.001	0.972	0.957	0.921	Reliabel	Valid
NM2	0.945	<0.001					Valid
NM3	0.966	<0.001					Valid

Tabel 4
HASIL UJI VALIDITAS DAN
RELIABILITAS SAMPEL BESAR

Indikator	Loading Factor	P Value	Composite reliability	Cronbach Alpha	AVE	Kesimpulan	
						Reliabel	Valid
KH1	0.756	<0.001	0.825	0.682	0.612	Reliabel	Valid
KH2	0.777	<0.001					Valid
KH3	0.813	<0.001					Valid
Si1	0.897	<0.001	0.919	0.867	0.790	Reliabel	Valid
Si2	0.891	<0.001					Valid
Si3	0.878	<0.001					Valid
NS1	0.907	<0.001	0.944	0.920	0.807	Reliabel	Valid
NS2	0.913	<0.001					Valid
NS3	0.907	<0.001					Valid
NS4	0.867	<0.001					Valid
KPD2	0.774	<0.001	0.898	0.857	0.638	Reliabel	Valid

Indikator	Loading Factor	P Value	Composite reliability	Cronbach Alpha	AVE	Kesimpulan	
						Reliabel	Valid
KPD3	0.809	<0.001	0.954	0.928	0.874	Reliabel	Valid
KPD4	0.813	<0.001					Valid
KPD5	0.752	<0.001					Valid
KPD6	0.841	<0.001					Valid
NM1	0.937	<0.001	0.954	0.928	0.874	Reliabel	Valid
NM2	0.918	<0.001					Valid
NM3	0.949	<0.001					Valid

Analisis Inner Model (*Structural Model*)

TABEL 5
PENGUJIAN HIPOTESIS

Hasil analisis jalur	Koefisien jalur (β)	P Value	Keterangan	Hipotesis
KH \rightarrow Si	0.49	P < 0.01	Signifikan	H1 Diterima
KH \rightarrow NM	0.03	0.35	Tidak Signifikan	H2 Ditolak
Si \rightarrow NM	0.09	0.11	Tidak Signifikan	H3 Ditolak
NS \rightarrow NM	0.56	P < 0.01	Signifikan	H4 Diterima
KPD \rightarrow NM	0.30	P < 0.01	Signifikan	H5 Diterima

Berdasarkan pada tabel 4.11 pengujian hipotesis dapat dijelaskan analisis jalur sebagai berikut:

1. Kesadaran Halal (KH) terhadap Sikap (Si) (KH \rightarrow Si) berpengaruh signifikan. Pengaruh KH terhadap Si memiliki P Value < 0.01 sehingga hipotesis pertama dapat diterima. Makna dari hipotesis pertama adalah semakin tinggi Kesadaran Halal akan berdampak semakin tinggi terhadap Sikap.
2. Kesadaran Halal (KH) terhadap Niat untuk Menggunakan (NM) (KH \rightarrow NM) tidak berpengaruh signifikan. Pengaruh KH terhadap NM memiliki P Value 0.35 sehingga hipotesis kedua tidak dapat diterima(ditolak). Makna dari hipotesis kedua adalah semakin tinggi Kesadaran Halal tidak berdampak semakin tinggi terhadap niat untuk menggunakan.

3. Sikap (Si) terhadap Niat untuk Menggunakan (NM) (Si→NM) tidak berpengaruh signifikan. Pengaruh Si terhadap NM memiliki P Value 0.11 sehingga hipotesis ketiga tidak dapat diterima(ditolak). Makna dari hipotesis ketiga adalah semakin tinggi Sikap tidak berdampak semakin tinggi terhadap Niat untuk Menggunakan.
4. Norma Subjektif (NS) terhadap Niat untuk Menggunakan (NM) (NS→NM) berpengaruh signifikan. Pengaruh NS terhadap NM memiliki P Value < 0.01 sehingga hipotesis keempat dapat diterima. Makna dari hipotesis keempat adalah semakin baik Norma Subjektif, maka akan berdampak semakin tinggi pada Niat untuk Menggunakan.
5. Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (KPD) terhadap Niat untuk Menggunakan (NM) (KPD→NM) berpengaruh signifikan. Pengaruh KPD terhadap NM memiliki P Value < 0.01 sehingga hipotesis kelima dapat diterima. Makna dari hipotesis kelima adalah semakin baik Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan, maka akan berdampak semakin tinggi pada Niat untuk Menggunakan.

TABEL 6
PENGUJIAN HIPOTESIS PENGARUH MEDIASI

No.	Keterangan	Uraian Hubungan	Besarnya Koefisien	Signifikansi	Keterangan
1.	Sebelum adanya efek mediasi	KH → NM	0.02	p = 0,40	Tidak Signifikan
2.	Sesudah adanya efek mediasi	KH → Si → NM	0.03	p = 0,35	Tidak Signifikan

Berdasarkan table 4.12 di atas maka: Pengaruh Mediasi Sikap (Si) pada pengaruh Kesadaran Halal (KH) terhadap Niat untuk Menggunakan (NM). Berdasarkan hasil pengujian tidak langsung tampak bahwa koefisien jalur

sebesar 0,03 dengan p-value sebesar 0,35. Maka pengaruh KH → Si → NM tidak signifikan. Maknanya bahwa Sikap (Si) tidak memediasi pengaruh antara Kesadaran Halal (KH) terhadap Niat untuk Menggunakan (NM).

Goodness Of Fit Model Persamaan Struktural

Output dari program *WarpPLS 7.0* memberikan hasil of fit dan P values menampilkan empat (4) hasil indikator fit yaitu *Average Path Coefficient (APC)*, *Average R-Squared (ARS)*, *Average Adjusted R-Squared (AARS)*, dan *Average Block VIF (AVIF)* faktor di bawah ini:

TABEL 7
GOODNESS OF FIT MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL

Parameter	Koefisien	Cutt of	Keterangan
<i>Average Path Coefficient (APC)</i>	=0.293, P<0.001	P-value ≤ 0.05	Fit
<i>Average R-squared (ARS)</i>	=0.503, P<0.001	P-value ≤ 0.05	Fit
<i>Average adjusted R-squared (AARS)</i>	=0.498, P<0.001	P-value ≤ 0.05	Fit
<i>Average block VIF (AVIF)</i>	=2.437, acceptable if ≤ 5, ideally ≤ 3.3	≤3,3 namun nilai ≤5 masih dapat diterima	Fit

Sumber: Lampiran 12 (Diolah)

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.13 diatas menunjukkan kriteria Goodness of fit dari model persamaan structural telah memenuhi kriteria. Hasil *Average Path Coefficient (APC)* sebesar 0.293 dengan *P Value* sebesar <0.001. *Average R-squared (ARS)* sebesar 0.503 dengan *P Value* sebesar <0.001. *Average adjusted R-squared (AARS)* sebesar 0.498 dengan *P Value* sebesar <0.001. *Average Block VIF (AVIF)* sebesar 2.437 if ≤ 5 yang menunjukkan tidak ada multikoloniertitas pada model tersebut.

Nilai R-Square

Output dari program WarpPLS 7.0 dari nilai *R-Square* ≥ 0 menunjukkan nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya baik. Nilai R-square menunjukkan model mempunyai relevansi baik dalam memperediksi pengaruh antar variabel dengan faktor di bawah ini:

TABEL 4.14
GOODNESS OF FIT ANTARA
VARIABEL LATEN

Variabel	Nilai <i>R Square</i>	<i>Cutt Off</i>	Keterangan
Sikap	0.24	≤ 0.75 (kuat), ≤ 0.50 (moderate), ≤ 0.25 (lemah)	Fit
Niat untuk Menggunakan	0.77	≤ 0.75 (kuat), ≤ 0.50 (moderate), ≤ 0.25 (lemah)	Fit

Sumber: Lampiran 12 (Diolah)

Berdasarkan hasil pada tabel 4.14 output dari nilai *R Square* Sikap(Si) sebesar 0.24 dan Niat untuk Menggunakan (NM) sebesar 0.77 sesuai dengan kriteria yang ada yaitu >0.00 dari hasil ini menunjukkan bahwa model dan estimasi parameter telah memenuhi syarat yang ada atau memenuhi Goodness of Fit yang baik. Dari hasil ini menunjukkan bahwa model dan estimasi parameter sudah memenuhi syarat yang ada atau memenuhi Goodness of Fit yang baik Niat untuk Menggunakan (NM) kategori kuat.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kesadaran Halal (KH) terhadap Sikap (Si)

Hipotesis pertama dalam penelitian ini yang mengatakan Kesadaran Halal secara signifikan berpengaruh positif terhadap Sikap penggunaan Vaksin COVID-19 AstraZeneca terbukti kebenarannya. Koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi Kesadaran Halal (KH) maka semakin kuat Sikap (Si).

Sebaliknya, semakin rendah Kesadaran Halal (KH) maka semakin lemah Sikap (Si).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kesadaran seorang individu terhadap konsep halal dan kehalalan Vaksin Covid-19 maka individu tersebut akan semakin memiliki Sikap yang baik terhadap Vaksin COVID-19 AstraZeneca. Hal ini didukung oleh nilai rata-rata skor jawaban responden untuk seluruh variabel Kesadaran Halal sebesar 4.23 yang berarti responden sangat setuju dengan pernyataan peneliti tentang variabel Kesadaran Halal. Dalam arti individu seseorang telah memiliki kesadaran atas kehalalan Vaksin COVID-19 AstraZeneca yang dengan informasi proses pembuatannya serta makna halal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pemikiran Pradana, Huertas-García dan Marimon, (2020) yang menyatakan bahwa Kesadaran Halal merupakan hal yang penting dalam memutuskan Niat untuk Menggunakan. Penelitian Mahir Pradana tahun 2020 menjelaskan bahwa secara umum, konsumen muslim cenderung mencari sertifikasi halal otentik yang dikeluarkan oleh otoritas terkait tidak hanya di negara asal muslim tetapi juga di negara tuan rumah. Penelitian ini juga didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nasution et al, (2016) yang mengemukakan bahwa kesadaran halal membawa ketenangan pikiran bagi konsumen Muslim sebelum mereka mengkonsumsi suatu produk.

2. Pengaruh Kesadaran Halal (KH) terhadap Niat untuk Menggunakan (NM)

Hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa Kesadaran Halal (KH) secara signifikan berpengaruh positif terhadap Niat untuk Menggunakan (NM) ditolak. Koefisien jalur yang positif tetapi P value menunjukkan nilai diatas 0.05.

Dalam arti yaitu Kesadaran Halal ini tidak berpengaruh terhadap Niat untuk Menggunakan yang nantinya membuat seorang individu sadar akan kehalalan vaksin dan berniat memilih Vaksin COVID-19 AstraZeneca.

Temuan penelitian ini berbeda dengan temuan yang dilakukan oleh Pradana, Huertas-García and Marimon, (2020) yang menyatakan bahwa kesadaran terhadap halal berpengaruh terhadap niat pembelian. Penelitian Mahir Pradana tahun 2020 menjelaskan bahwa secara umum, mengikuti aturan halal juga dipandang sebagai norma subjektif yang harus diperhatikan konsumen muslim sebelum mengambil keputusan dari pilihan produk makanan yang melimpah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, obyek dan lokasi penelitian.

3. Pengaruh Sikap (Si) terhadap Niat untuk Menggunakan (NM)

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa Sikap (Si) secara signifikan berpengaruh positif terhadap Niat untuk Menggunakan (NM) ditolak. Koefisien jalur yang positif tetapi P value menunjukkan nilai diatas 0.05. Dalam arti yaitu Sikap ini tidak berpengaruh terhadap Niat untuk Menggunakan yang nantinya membuat seorang individu percaya, peduli dan berniat untuk menerima dan menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca.

Temuan penelitian ini berbeda dengan temuan yang dilakukan oleh Xia et al., (2021) yang menyatakan bahwa Sikap berpengaruh terhadap Niat untuk Menggunakan. Penelitian Xia et al., (2021) menjelaskan bahwa secara umum, perasaan positif atau negatif seseorang terhadap perilaku tersebut (yaitu, sikap) mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan suatu produk. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dapat disebabkan oleh

perbedaan karakteristik responden, obyek dan lokasi penelitian.

3. Pengaruh Norma Subjektif (NS) Terhadap Niat untuk Menggunakan (NM)

Hipotesis keempat dalam penelitian ini yang mengatakan Norma Subjektif secara signifikan berpengaruh positif terhadap Niat untuk Menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca terbukti kebenarannya. Koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi Norma Subjektif (NS) maka semakin kuat Niat untuk Menggunakan (NM). Sebaliknya, semakin rendah Norma Subjektif (NS) maka semakin lemah Niat untuk Menggunakan (NM).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi penilaian/persepsi individu akan kehalalan Vaksin Covid-19 yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar maka individu tersebut akan semakin memiliki Niat untuk Menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca. Hal ini didukung oleh nilai rata-rata skor jawaban responden untuk seluruh variabel Norma Subjektif sebesar 3.83 yang berarti responden setuju dengan pernyataan peneliti tentang variabel Norma Subjektif. Dalam arti salah satu faktor yang mempengaruhi seorang individu dalam pemilihan Vaksin COVID-19 AstraZeneca adalah dukungan yang berasal dari keluarga dan teman dekat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pemikiran Xia et al., (2021) yang menyatakan bahwa Norma Subjektif merupakan hal yang penting dalam keputusan Niat untuk menggunakan. Penelitian Xia et al., (2021) menjelaskan bahwa berdasarkan TPB, pengaruh orang atau organisasi penting pada perilaku individu mempengaruhi niat perilaku seseorang untuk menggunakan suatu produk. Selain itu Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sumaedi et al., (2020) yang menjelaskan bahwa menurut TPB, norma

subjektif berpengaruh positif terhadap niat (Ajzen, 2012).

4. Pengaruh Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (KPD) Terhadap Niat untuk Menggunakan

Hipotesis kelima dalam penelitian ini yang mengatakan Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan secara signifikan berpengaruh positif terhadap Niat untuk Menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca terbukti kebenarannya. Koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (KPD) maka semakin kuat Niat untuk Menggunakan (NM). Sebaliknya, semakin rendah Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (KPD) maka semakin lemah Niat untuk Menggunakan (NM).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan seorang individu atas kemampuan mengatasi kesulitan untuk memutuskan penggunaan Vaksin Covid-19 maka individu tersebut akan semakin memiliki Niat untuk Menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca. Hal ini didukung oleh nilai rata-rata skor jawaban responden untuk seluruh variabel Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan sebesar 3.71 yang berarti responden setuju dengan pernyataan peneliti tentang variabel Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan. Dalam arti seorang individu mampu mengatasi kesulitan untuk memutuskan menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca dan kemudian dapat membagikan pengalamannya ke orang lain.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pemikiran Xia et al., (2021) yang menyatakan bahwa Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan merupakan hal yang penting dalam keputusan Niat untuk Menggunakan. Penelitian Xia et al., (2021) menjelaskan bahwa berdasarkan TPB, kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku (yaitu, PBC)

mempengaruhi niat perilaku seseorang untuk menggunakan suatu produk. Selain itu Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bao et al., (2017) yang menemukan bahwa PBC adalah prediktor signifikan dari niat untuk menggunakan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti adanya Analisis Hubungan Antara Kesadaran Halal, Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Dan Niat Untuk Menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca.. Data yang diperoleh peneliti melalui penyebaran kuesioner *Google Form* kepada individu muslim dan telah melakukan pengelolaan data, didapatkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui analisis pembahasan sebagai berikut:

1. Kesadaran Halal secara signifikan berpengaruh positif terhadap Sikap akan Vaksin COVID-19 AstraZeneca. Semakin tinggi Kesadaran Halal maka semakin kuat Sikap.
2. Kesadaran Halal tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat untuk Menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca, karena P value menunjukkan nilai diatas 0,05 sehingga sampel penelitian tidak dapat membuktikan teori tersebut.
3. Sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat untuk Menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca, karena P value menunjukkan nilai diatas 0,05 sehingga sampel penelitian tidak dapat membuktikan teori tersebut.
4. Norma Subjektif secara signifikan berpengaruh positif terhadap Niat untuk Menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca. Semakin tinggi Norma Subjektif maka semakin kuat Niat untuk Menggunakan.
5. Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan secara signifikan berpengaruh positif

terhadap Niat untuk Menggunakan Vaksin COVID-19 AstraZeneca. Semakin tinggi Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan maka semakin kuat Niat untuk Menggunakan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih terdapat keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pada saat pengambilan sampel peneliti merasa kesulitan mencari responden yang beragama islam dan belum pernah memakai Vaksin COVID-19.
2. Terdapat beberapa responden yang tidak bersedia mengisi kuesioner penelitian karena tidak berminat untuk Vaksin.
3. Beberapa responden ada yang tidak memiliki akun *Google*
4. Peneliti merasa sulit mencari responden dikarenakan pandemi, sehingga pada akhirnya peneliti menggunakan data dari responden yang diambil secara *online* melalui *google forms* yang disebarakan melalui *whatsapp* dan *platform social media* lainnya.
5. Peneliti tidak dapat mendampingi responden ketika mengisi kuesioner sehingga responden tidak dapat bertanya apabila terdapat pernyataan yang kurang dimengerti dan mengakibatkan jawaban yang tidak sesuai.

Saran

Dengan selesainya penelitian ini, peneliti akan memberikan beberapa saran untuk pihak-pihak yang ingin menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
Peneliti lain bisa menambahkan variabel bebas yang lain seperti keterlibatan agama dan kualitas yang dirasakan yang memiliki pengaruh terhadap niat untuk menggunakan.

Peneliti berikutnya juga bisa meneliti pada obyek yang berbeda dari penelitian ini.

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan wawancara dan apabila menggunakan kuesioner lebih baik penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden dan mendampingi responden dalam pengisian kuesioner agar hasil atau tanggapan responden sesuai dengan pernyataan.

2. Bagi Masyarakat dan Pihak Lain
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat akan kehalalan Vaksin kemudian membantu masyarakat dalam memilih dan menggunakan Vaksin Covid-19 .

DAFTAR RUJUKAN

- Agnoli, L., Capitello, R. and Begalli, D. (2016) 'Behind intention and behaviour: factors influencing wine consumption in a novice market', *British Food Journal*, 118(3), pp. 660–678. doi: 10.1108/BFJ-05-2015-0181.
- Ajzen (2012) 'The theory of planned behavior', in *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*. SAGE Publications Inc., pp. 438–459. doi: 10.4135/9781446249215.n22.
- Ajzen, I. (1991) 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp. 179–211. doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- Ajzen, I. (2001) 'Nature and Operation of Attitudes', *Annual Review of Psychology*, 52(1), pp. 27–58. doi: 10.1146/annurev.psych.52.1.27.
- Ajzen, I. (2005) 'Attitudes, personality, and behavior'. Available at: [https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=dmJ9EGEy0ZYC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Ajzen,+I.+\(2005\).+](https://www.google.com/books?hl=id&lr=&id=dmJ9EGEy0ZYC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Ajzen,+I.+(2005).+)

- Attitudes,+Personality,+and+Behavi
or.+2nd+Edition.+New+York:+Ope
n+University+Press&ots=EDKSTqF
_4v&sig=pzJCs7UjHOtJw8o82hR
W7kuAs (Accessed: 6 April 2021).
- Ambali, A. R. and Naqiyuddin Bakar, A. (2013) 'The American Evangelical Christians and the U.S. Middle East policy: A case study of the Christians United for Israel (CUFI)', *Citeseer*, 21, pp. 7–32. Available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.827.7137&rep=rep1&type=pdf> (Accessed: 4 April 2021).
- Asnawi, N., Sukoco, B. M. and Fanani, M. A. (2018) 'Halal products consumption in international chain restaurants among global Moslem consumers', *International Journal of Emerging Markets*, 13(5), pp. 1273–1290. doi: 10.1108/IJoEM-11-2017-0495.
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N. and Haider, Z. (2015) 'Factors affecting Halal purchase intention – evidence from Pakistan's Halal food sector', *Management Research Review*, 38(6), pp. 640–660. doi: 10.1108/mrr-01-2014-0022.
- Azam, A. (2016) 'An empirical study on non-Muslim's packaged halal food manufacturers: Saudi Arabian consumers' purchase intention', *Journal of Islamic Marketing*, 7(4), pp. 441–460. doi: 10.1108/JIMA-12-2014-0084.
- Aziz, Y. A. and Chok, N. V. (2013a) 'The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach', *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 25(1), pp. 1–23. doi: 10.1080/08974438.2013.723997.
- Aziz, Y. A. and Chok, N. V. (2013b) 'The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach', *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 25(1), pp. 1–23. doi: 10.1080/08974438.2013.723997.
- Bandura, A. (1982) 'Self-efficacy mechanism in human agency', *American Psychologist*, 37(2), pp. 122–147. doi: 10.1037/0003-066X.37.2.122.
- Bao, Y., Hoque, R. and Wang, S. (2017) 'Investigating the determinants of Chinese adult children's intention to use online health information for their aged parents', *International Journal of Medical Informatics*, 102, pp. 12–20. doi: 10.1016/j.ijmedinf.2017.01.003.
- Bhatti, T. (2007) 'Exploring Factors Influencing the Adoption of Mobile Commerce', *undefined*.
- Bonne, K. and Verbeke, W. (2008) 'Religious values informing halal meat production and the control and delivery of halal credence quality', *Agriculture and Human Values*, 25(1), pp. 35–47. doi: 10.1007/s10460-007-9076-y.
- BPOM Terbitkan EUA, Komisi Fatwa MUI: Vaksin Sinovac Halal dan Boleh Digunakan Muslim – Majelis Ulama Indonesia (no date). Available at: <https://mui.or.id/berita/29419/bpom-terbitkan-eua-komisi-fatwa-mui-vaksin-sinovac-halal-dan-boleh-digunakan-muslim/> (Accessed: 5

- May 2021).
- BUTT, M. M and AFTAB, M, 2013. *Incorporating attitude towards Halal banking in an integrated service quality, satisfaction, trust and loyalty model of online Islamic Banking International Journal of Bank Marketing | Request PDF* (no date). Available at: https://www.researchgate.net/publication/236231434_BUTT_M_M_and_AFTAB_M_2013_Islamic_Banking_International_Journal_of_Bank_Mar (Accessed: 4 April 2021).
- Dünnebeil, S. et al. (2012) 'Determinants of physicians' technology acceptance for e-health in ambulatory care', *International Journal of Medical Informatics*, 81(11), pp. 746–760. doi: 10.1016/j.ijmedinf.2012.02.002.
- Fatwa MUI: Penggunaan Vaksin COVID-19 AstraZeneca Pada Saat Ini Dibolehkan (Mubah) - Masyarakat Umum | Covid19.go.id* (no date). Available at: <https://covid19.go.id/edukasi/masyarakat-umum/fatwa-mui-penggunaan-vaksin-covid-19-astrazeneca-pada-saat-ini-dibolehkan-mubah> (Accessed: 19 May 2021).
- Finlay, K. A., Trafimow, D. and Moroi, E. (1999) 'The Importance of Subjective Norms on Intentions to Perform Health Behaviors', *Journal of Applied Social Psychology*, 29(11), pp. 2381–2393. doi: 10.1111/j.1559-1816.1999.tb00116.x.
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (2011) *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach, Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. Taylor and Francis. doi: 10.4324/9780203838020.
- Hair, J. F., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2011) 'PLS-SEM: Indeed a silver bullet', *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), pp. 139–152. doi: 10.2753/MTP1069-6679190202.
- Hussaini (1993) *Hussaini: Islamic Dietary Concepts & Practices. The...* - Google Scholar. Available at: https://scholar.google.com/scholar?cluster=17539255074620304097&hl=en&as_sdt=2005&scioldt=0,5 (Accessed: 6 April 2021).
- Kline, R. B. (2016) *Principles and Practice of Structural Equation Modeling, The Guilford Press*. Available at: <https://id1lib.org/book/5456530/fe03fa> (Accessed: 5 May 2021).
- Lada, S., Harvey Tanakinjal, G. and Amin, H. (2009) 'Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action', *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), pp. 66–76. doi: 10.1108/17538390910946276.
- Lanseng, E. J. and Andreassen, T. W. (2007) *Electronic Healthcare: A Study of People's Readiness and Attitude toward Performing Self Diagnosis, International Journal of Service Industry Management*.
- Lee, M. C. (2010) 'Explaining and predicting users' continuance intention toward e-learning: An extension of the expectation-confirmation model', *Computers and Education*, 54(2), pp. 506–516. doi: 10.1016/j.compedu.2009.09.002.
- NASUTION, M. D. T. P., ROSSANTY, Y. and GIO, P. U. (2016) 'Does Religious Commitment Matter in the Relationship Between Brand Personality and Purchase Intention

- on Halal Brand? Evidence from Consumers in Indonesia’, *Expert Journal of Marketing*, 4(2), pp. 31–38. Available at: <https://ideas.repec.org/a/exp/mkting/v4y2016i2p31-38.html> (Accessed: 6 April 2021).
- Pradana, M., Huertas-García, R. and Marimon, F. (2020) ‘Spanish Muslims’ halal food purchase intention International Food and Agribusiness Management Review 190’, *International Food and Agribusiness Management Review*, 23(2), pp. 189–201. doi: 10.22434/IFAMR2019.0200.
- Rahim, N. @ F. binti, Shafii, Z. and Shahwan, S. (2015) ‘Awareness and Perception of Muslim Consumers on Halal Cosmetics and Personal Care Products’, *International Journal of Business, Economics and Management*, 2(1), pp. 1–14. doi: 10.18488/journal.62/2015.2.1/62.1.1.14.
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2016) *Research Methods for Business A Skill-Building Approach*. Seventh, *Sekaran Uma, Bougie Roger*. Seventh. West Sussex: John Wiley. doi: 10.1007/978-94-007-0753-5_102084.
- Shaari, J. A. N. and Arifin, N. (2009) ‘Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study’, *undefined*.
- Shin, Y. H. and Hancer, M. (2016) ‘The role of attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and moral norm in the intention to purchase local food products’, *Journal of Foodservice Business Research*, 19(4), pp. 338–351. doi: 10.1080/15378020.2016.1181506.
- Suryani, T. (2008) ‘Perilaku Konsumen’, *PERILAKU KONSUMEN; Implikasi pada Strategi Pemasaran*, 1, p. 356. doi: 10.31227/osf.io/pfjhz.
- Teo, T. and Noyes, J. (2011) ‘An assessment of the influence of perceived enjoyment and attitude on the intention to use technology among pre-service teachers: A structural equation modeling approach’, *Computers and Education*, 57(2), pp. 1645–1653. doi: 10.1016/j.compedu.2011.03.002.
- Venkatesh, V. *et al.* (2003) ‘User acceptance of information technology: Toward a unified view’, *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), pp. 425–478. doi: 10.2307/30036540.
- Venkatesh, V. and Davis, F. D. (2000) ‘Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies’, *Management Science*, 46(2), pp. 186–204. doi: 10.1287/mnsc.46.2.186.11926.
- Wilson, J. A. J. and Liu, J. (2010) ‘Shaping the Halal into a brand?’, *Journal of Islamic Marketing*, pp. 107–123. doi: 10.1108/17590831011055851.
- Xia, Y. *et al.* (2021) ‘Impact of the COVID-19 pandemic on intention to use traditional Chinese medicine: A cross-sectional study based on the theory of planned behavior’, *Journal of Integrative Medicine*. doi: 10.1016/j.joim.2021.01.013.
- Zhang, A. Y. *et al.* (1997) ‘Family and cultural correlates of depression among Chinese elderly’, *International Journal of Social Psychiatry*, 43(3), pp. 199–212. doi: 10.1177/002076409704300306.