

## BANK DATA UKM

**1. TAJUK DATA/DATA TITLE:**

Persepsi dan Faktor Penentu Pemilihan Makanan Halal dalam Kalangan Ibubapa Muslim

**2. MAKLUMAT DATA/INFORMATION ON DATA:**

Soal selidik dijalankan di Ampang Selangor untuk menentukan persepsi dan faktor penentu pemilihan makanan halal dalam kalangan ibu bapa Muslim. 400 responden terlibat dalam kajian.

**3. SUMBER DATA/SOURCE OF DATA:**

Fail data SPSS: *Pemilihan Makanan Halal.sav*

**4. PENERBITAN BERKAITAN/RELEVANT PUBLICATIONS:**

- a. Nur Riza Mohd Suradi, Nur Atiqah Alias, Zalina Mohd Ali & Norkisme Zainal Abidin. 2005. *Journal of Quality Measurement and Analysis* 11(1): 75-88.
- b. Nur Atiqah Alias. 2014. *Pemilihan Makanan Halal oleh Ibubapa Musli: Persepsi dan faktor Penentu*. Disertasi Sarjana Peningkatan Kualiti dan Produktiviti. UKM.
- c. Zainalabidin, M., Golnaz, R., Mad Nasir, S., & Eddie, C. F. C. 2008. Halal logo and consumers' confident: What are the important factors? *Economic and Technology Management Review* 3(2008): 37-45
- d. Arshia, M & Muhammad Mohsin, B. 2012. Intention to choose Halal products: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing* 3(2): 108-120
- e. Lada, S., Tanakinjal, H. G & 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): 66-76

**5. BAGAIMANA MENYEBUT (MEMETIK)/HOW TO CITE:**

- a. Nur Riza Mohd Suradi, Nur Atiqah Alias, Zalina Mohd Ali & Norkisme Zainal Abidin. 2005. *Journal of Quality Measurement and Analysis* 11(1): 75-88.