JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi
E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916
https://dinastirev.org/JEMSI dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i3
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 16 Desember 2025 | **Revised:** 30 Desember 2025 | **Accepted:** 16 Januari 2026

Analisis Faktor – Faktor yang mempengaruhi *Customer Switching Behavior* dalam Jasa Layanan Logistik Halal

Alinda Shintami[1], Zaroni[2], Dinar Dewi Kania[3], Rully Indrawan[4], Euis Saribanon[5]
[1]Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, ashintami@yahoo.com
[2]Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia. zaroni.umn@gmail.com
[3]Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, dinar.dk@lecturer.itltrisakti.ac.id
[4]Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, rully.indrawan@itltrisakti.ac.id
[5]Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, nengnonon04@gmail.com

Corresponding Author: ashintami@yahoo.com [1]

Abstract: *This study aims to explore the determinants that shape customer switching behavior from conventional logistics services to halal logistics services in Indonesia. The investigation centers on the partners and clients of PT XYZ, an international logistics company operating a halal-compliant logistics system. Using a qualitative research design supported by MAXQDA 2024, data were gathered through in-depth interviews with eleven participants, including exporters, importers, and logistics providers involved in halal logistics processes.The results reveal that government-mandated halal certification requirements function as the main push factor prompting customers to switch service providers. Specifically, the Halal Product Assurance Law which mandates halal compliance across the entire supply chain, including logistical activities stands out as the most influential driver. Meanwhile, the presence of well-established halal logistics infrastructure, such as segregated halal–non-halal warehouses, certified transportation services, Halal Product Assurance Systems (SJPH), and dedicated halal teams with certified halal managers, constitutes the leading pull factor. In contrast, the key mooring factors stem from perceptions that halal logistics is "not yet essential" for all product categories, insufficient awareness of its benefits, and economic considerations. From a theoretical perspective, this study broadens the application of the Push–Pull–Mooring (PPM) model within the halal logistics domain by integrating the Theory of Planned Behavior (TPB) and elements of religiosity. It highlights government regulation as a central push factor and positions religiosity as a variable that interacts across the push and pull dimensions. Practically, the study provides valuable implications for policymakers and industry stakeholders in designing strategies to support the development of a sustainable halal logistics ecosystem.***

Keywords: *Halal Logistics, Switching Behavior, Push–Pull–Mooring, Regulation, Religiosity.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari unsur-unsur yang mempengaruhi perilaku perpindahan pelanggan juga dikenal sebagai perilaku perpindahan pelanggan dari layanan logistik konvensional ke layanan logistik halal di Indonesia. Fokus penelitian ini adalah mitra dan pelanggan PT XYZ, sebuah perusahaan logistik internasional yang menggunakan

sistem logistik halal. Metode yang digunakan adalah kualitatif, dengan bantuan perangkat lunak MAXQDA 2024. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan sebelas responden, yang terdiri dari eksportir, importir, dan penyedia layanan logistik yang bekerja dengan logistik halal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peraturan pemerintah tentang kewajiban sertifikasi halal adalah pendorong utama perpindahan pelanggan. Khususnya, undang-undang Jaminan Produk Halal, yang memerlukan keterpaduan kehalalan sepanjang rantai pasok, termasuk aspek logistik, adalah faktor pendorong utama. Kehadiran fasilitas logistik halal yang berkualitas, seperti gudang segregasi halal-non halal, penyedia transportasi tersertifikasi, sistem jaminan produk halal (SJPH), dan keberadaan tim halal khusus dan manajer halal tersertifikasi, adalah faktor penggerak utama. Faktor penahan utama adalah persepsi bahwa layanan logistik halal "belum dibutuhkan" untuk seluruh lini produk, kurangnya pemahaman tentang manfaat logistik halal, dan pertimbangan ekonomis.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas penggunaan model Push–Pull–Mooring (PPM) dalam konteks logistik halal dengan mengintegrasikan Theory of Planned Behavior (TPB) dan dimensi religiusitas. Penelitian ini juga menempatkan regulasi pemerintah sebagai faktor pendorong utama dan religiusitas sebagai faktor yang berinteraksi dengan kedua dimensi tersebut. Secara praktis, hasil penelitian bermanfaat bagi pemerintah dan pelaku industri saat mereka membuat rencana untuk memperkuat ekosistem logistik halal yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Logistik Halal, Switching Behavior, Push–Pull–Mooring, Regulasi, Religiusitas

PENDAHULUAN

Industri halal di seluruh dunia berkembang seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim dan peningkatan kesadaran pelanggan tentang hal-hal seperti kehalalan, keamanan, dan keberlanjutan produk. Sebagai negara dengan mayoritas Muslim di dunia, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan ekonomi halal, termasuk sektor logistik halal yang memastikan status halal sepanjang rantai pasokan.

Sebaliknya, sistem logistik nasional masih menggunakan metode konvensional yang berfokus pada efisiensi dan kecepatan, tetapi belum sepenuhnya memperhatikan kemungkinan kontaminasi silang antara barang halal dan non halal selama transportasi, penyimpanan, dan distribusi. Kondisi ini dapat menyebabkan integritas halal produk hilang, meskipun proses produksi telah dilakukan sesuai dengan standar syariah.

Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah Indonesia mengeluarkan undang-undang seperti Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dan memperkuatnya dengan undang-undang turunan yang mewajibkan kehalalan pada produk dan proses pendukungnya, seperti logistik. Dengan undang-undang ini, bisnis didorong untuk menggunakan sistem logistik halal dan pelanggan belajar bagaimana memilih penyedia logistik. Ketika pelanggan beralih dari logistik konvensional ke logistik halal, ini menjadi masalah penting yang perlu diteliti. Pelanggan mempertimbangkan banyak hal, bukan hanya harga dan kecepatan; mereka juga mempertimbangkan kepatuhan syariah, reputasi perusahaan, dan kemudahan kepatuhan terhadap peraturan. Fokus penelitian ini adalah PT XYZ, sebuah perusahaan logistik multinasional yang telah mengembangkan proses bisnis logistik halal melalui sertifikasi halal, segregasi fasilitas, dan kolaborasi dengan vendor halal. Bertolak dari latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bisnis proses logistik halal di PT XYZ
2. Faktor pendorong apa saja yang memengaruhi *customer switching behavior* menuju jasa logistik halal?
3. Faktor penarik apa saja yang mendorong pelanggan memilih layanan logistik halal?

4. Faktor penahan apa saja yang menghambat pelanggan untuk beralih sepenuhnya ke logistik halal?

Tujuan penelitian ini adalah: (1) mendeskripsikan proses bisnis logistik halal di PT XYZ; (2) mengidentifikasi faktor pendorong, penarik, dan penahan dalam perpindahan pelanggan ke layanan logistik halal; serta (3) memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan ekosistem logistik halal di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus pada PT XYZ sebuah perusahaan logistik internasional yang telah menerapkan sistem logistik halal di Indonesia. Pendekatan ini dipilih untuk menggali secara mendalam pengalaman, persepsi, dan pertimbangan pelanggan dalam berpindah ke layanan logistik halal.

Informan penelitian berjumlah sebelas orang, terdiri dari eksportir, importir, dan perwakilan penyedia jasa logistik yang menggunakan atau berinteraksi dengan layanan logistik halal PT XYZ. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria:

1. terlibat dalam aktivitas ekspor–impor produk sensitif halal (makanan, farmasi, kosmetik, dan sejenisnya);
2. pernah atau sedang menggunakan layanan logistik halal
3. menjadi bagian dari pengambil keputusan pemilihan penyedia jasa logistik

Data dikumpulkan melalui:

1. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) semi terstruktur, untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pertimbangan informan terkait perpindahan ke logistik halal.
2. Pengamatan dokumen dan data internal perusahaan (SOP halal, sertifikat halal, diagram alur proses bisnis, layout gudang, dan struktur organisasi tim halal).
3. Studi pustaka atas regulasi dan literatur terkait logistik halal, PPM (*Push Pull Mooring*), dan *switching behavior.*

Analisis data dilakukan dengan analisis tematik menggunakan perangkat lunak MAXQDA 2024. Tahapan analisis meliputi: (1) transkripsi wawancara; (2) *open coding* untuk mengidentifikasi unit makna; (3) pengelompokan kode menjadi tema awal; (4) pemetaan tema berdasarkan kategori *push, pull,* dan *mooring*; serta (5) penafsiran temuan dalam kerangka TPB dan PPM.

Uji keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan metode, *member checking* dengan beberapa informan kunci, serta *peer debriefing* dengan dosen pembimbing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum & Bisnis Proses PT XYZ

PT XYZ merupakan perusahaan logistik multinasional yang beroperasi di Indonesia dan memiliki jaringan global. Perusahaan ini menyediakan layanan *end-to-end* mulai dari transportasi internasional, pergudangan, hingga distribusi domestik. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan mengembangkan layanan logistik halal dengan memperoleh sertifikasi halal untuk fasilitas tertentu, membentuk tim halal, dan menjalin kemitraan dengan vendor trucking tersertifikasi halal.

Proses bisnis logistik halal PT XYZ diterapkan mulai dari tahap penerimaan pesanan hingga serah terima barang ke pelanggan akhir. Secara ringkas, alur utamanya adalah:

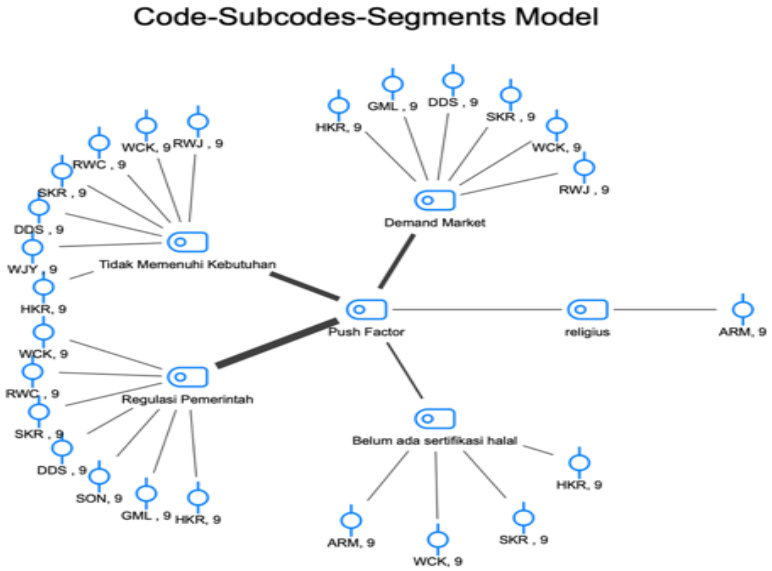
1. Penerimaan permintaan layanan dari pelanggan dan identifikasi kebutuhan logistik halal.
2. Pemeriksaan kelengkapan dokumen dan status halal produk oleh tim *customer service* dan tim halal.
3. Konfirmasi kesesuaian kemasan dan label halal; bila terdapat ketidaksesuaian, pelanggan diminta melakukan penyesuaian.

4. Proses *customs clearance* yang memastikan dokumen kepabeanan dan sertifikasi halal telah sesuai.
5. Penetapan vendor transportasi halal dari daftar vendor trucking yang telah tersertifikasi halal.
6. Penyimpanan di fasilitas gudang halal (segregasi halal–non halal) bila diperlukan.
7. Distribusi ke tujuan dengan moda transportasi yang sesuai dan prosedur yang menjamin tidak terjadi kontaminasi silang.

Proses ini dilengkapi dengan SOP halal, layout gudang tersegregasi, penggunaan *pallet* dan penanganan khusus kebocoran, serta pelatihan berkala bagi karyawan.

B. Faktor Pendorong (*Push Factor*)

Analisis tematik menunjukkan bahwa regulasi pemerintah merupakan faktor pendorong utama perpindahan pelanggan ke logistik halal. Kewajiban sertifikasi halal dalam UU Jaminan Produk Halal dan ketentuan turunannya menciptakan tekanan struktural bagi perusahaan untuk memastikan bahwa layanan logistik yang digunakan sesuai dengan standar halal.



Sumber: Hasil Riset

Gambar 1. Hasil Maxqda *Push Factor*

Hasil pemetaan dengan MAXQDA menunjukkan bahwa kode "regulasi pemerintah" memiliki frekuensi kemunculan tertinggi dibandingkan kode *push factor* lainnya. Salah satu informan menyatakan bahwa setelah adanya aturan wajib halal, perusahaan "mau tidak mau harus ikut" meskipun sebelumnya belum mempertimbangkan perpindahan ke logistik halal.

Selain regulasi, faktor pendorong lain yang muncul adalah:

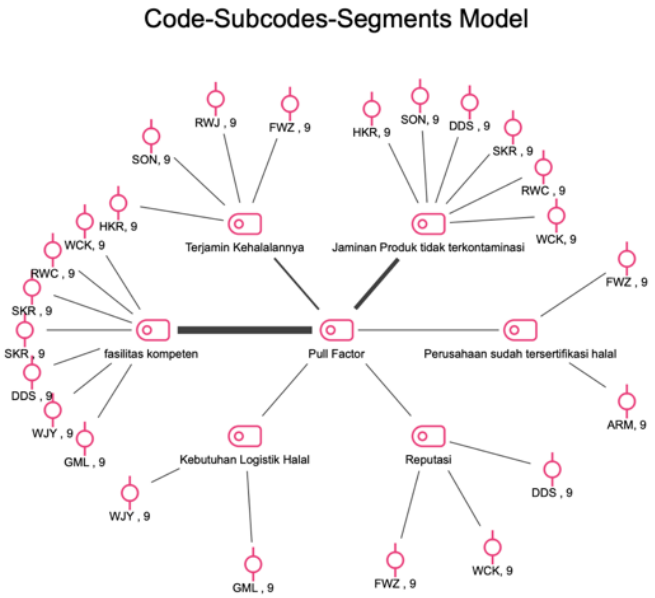
- Kekhawatiran terhadap risiko hilangnya status halal produk jika tidak menggunakan rantai pasok yang terjamin.
- Tuntutan dari pelanggan akhir (downstream) yang mensyaratkan kepatuhan halal end-to-end.

C. Faktor Penarik (*Pull Factor*)

Faktor penarik utama adalah ketersediaan fasilitas logistik halal yang kompeten di PT XYZ antara lain:

1. Gudang dengan layout segregasi antara produk halal dan non halal.
2. Vendor trucking tersertifikasi halal yang masuk dalam daftar vendor resmi perusahaan.

3. Tim halal khusus dan prosedur penanganan insiden seperti kebocoran yang mencegah kontaminasi.
4. Sertifikasi halal perusahaan dan SJPH yang telah diterapkan secara sistematis.



Sumber: Hasil Riset

Gambar 2. Hasil Maxqda *Pull Factor*

Bagi pelanggan, fasilitas dan sistem tersebut dipersepsikan memberikan:

1. Kepastian kepatuhan terhadap regulasi;
2. Peningkatan kepercayaan terhadap kualitas layanan;
3. Pengurangan risiko reputasi bila terjadi audit halal dari otoritas maupun pelanggan

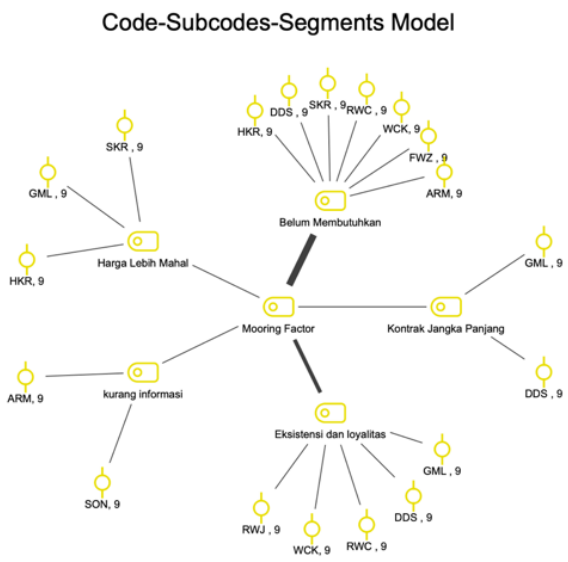
D. Faktor Penghambat (Mooring Factor)

Faktor penghambat yang paling menonjol adalah persepsi "belum membutuhkan logistik halal" untuk sebagian lini produk. Sejumlah informan menyatakan bahwa hanya produk utama tertentu yang diproses melalui layanan halal, sedangkan produk pendamping masih dikirim melalui layanan konvensional demi pertimbangan efisiensi biaya.

Pernyataan informan menunjukkan bahwa:

1. Jika pelanggan belum tersertifikasi halal, mereka cenderung tidak menggunakan logistik halal.
2. Penggunaan logistik halal diprioritaskan pada produk yang sangat sensitif halal, sementara produk lain tetap menggunakan layanan biasa.

Pemetaan tematik MAXQDA menempatkan tema "belum membutuhkan jasa logistik halal" sebagai komponen terbesar dalam *mooring factor*.



Sumber: Hasil Riset

Gambar 3. Hasil Maxqda *Mooring Factor*

E. Integrasi PPM dan TPB dalam Konteks Logistik Halal

Temuan penelitian mengonfirmasi relevansi model PPM dalam menjelaskan perpindahan pelanggan ke logistik halal, sekaligus menunjukkan bahwa faktor–faktor tersebut dapat dipahami dalam kerangka TPB.

1. Push factor – Regulasi Pemerintah
   Regulasi halal bertindak sebagai *external push* yang mendorong perusahaan untuk berpindah dari sistem logistik konvensional ke logistik halal. Dalam kerangka TPB, faktor ini beririsan dengan *subjective norm*, karena tekanan hukum dan sosial menciptakan kewajiban normatif untuk patuh terhadap standar halal.
2. Pull factor – Fasilitas Halal Kompeten
   Ketersediaan fasilitas dan sistem halal yang lengkap di PT XYZ meningkatkan persepsi manfaat (*perceived value*) dan kemudahan kepatuhan, sehingga memperkuat sikap positif (*attitude*) dan menarik pelanggan untuk beralih. Hal ini sejalan dengan literatur yang menempatkan daya tarik alternatif (*alternative attractiveness*) sebagai *pull factor* utama dalam *switching behavior*.
3. Mooring factor – Persepsi "Belum Membutuhkan"
   Persepsi bahwa logistik halal belum diperlukan untuk semua produk, dikombinasikan dengan kekhawatiran biaya, membentuk hambatan psikologis dan ekonomis yang menghambat perpindahan penuh. Dalam TPB, hal ini berkaitan dengan *perceived behavioral control* dan kebiasaan (habit), yang dapat melemahkan niat berpindah meskipun sikap terhadap logistik halal positif.

F. Peran Religiusitas dan Kepatuhan Syariah

Penelitian ini juga menemukan bahwa dimensi religiusitas dan komitmen terhadap kepatuhan syariah memperkuat preferensi terhadap logistik halal, khususnya pada pelanggan yang memiliki kesadaran tinggi terhadap integritas halal produk. Dimensi ini berfungsi sebagai faktor lintas kategori yang dapat memperkuat *push* (ketidaknyamanan menggunakan layanan non halal), memperbesar *pull* (ketertarikan terhadap layanan halal yang sejalan dengan nilai religius), dan melemahkan *mooring* (mengurangi hambatan psikologis untuk berpindah).

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Perilaku perpindahan pelanggan mengacu pada keputusan pelanggan untuk beralih dari satu penyedia jasa ke penyedia jasa lain sebagai tanggapan terhadap perubahan lingkungan luar dan setelah memeriksa layanan alternatif. Keputusan berpindah dalam jasa logistik melibatkan hubungan jangka panjang, risiko operasional, dan konsekuensi kepatuhan regulasi. Oleh karena itu, pergeseran dari logistik konvensional ke logistik halal mencerminkan respons strategis pelanggan terhadap tekanan undang-undang halal, risiko kehilangan status halal produk, dan tuntutan pemangku kepentingan di sepanjang rantai pasokan.

Penelitian ini menggunakan model *Push–Pull–Mooring (PPM)* untuk menjelaskan mekanisme perpindahan. Dalam logistik halal, *push factor* merujuk pada tekanan eksternal yang mendorong pelanggan untuk meninggalkan layanan konvensional, terutama tuntutan sertifikasi halal dan kepatuhan terhadap undang-undang pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa undang-undang pemerintah menjadi faktor utama yang menyebabkan "tidak ada pilihan lain" bagi pelanggan selain mengubah sistem logistik yang digunakan. Ini menunjukkan bahwa faktor tekanan dalam situasi ini lebih struktural daripada berbasis ketidakpuasan layanan.

Faktor tarik mengacu pada daya tarik layanan logistik halal sebagai alternatif yang dievaluasi yang mampu menjawab tuntutan kepatuhan halal. Dalam penelitian ini, faktor tarik tercermin dari keberadaan fasilitas logistik halal yang kompeten di PT XYZ, seperti gudang yang membedakan halal dari non-halal, penyedia transportasi yang disertifikasi halal, penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), dan keberadaan tim yang khusus untuk kepatuhan halal. Pelanggan menganggap kepastian kepatuhan regulasi, peningkatan kepercayaan, dan pengurangan risiko reputasi sebagai keuntungan, yang mendorong penggunaan layanan logistik halal.

Namun, unsur-unsur yang menghambat atau menghambat pergerakan pelanggan disebut sebagai unsur penghalang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendorong yang paling dominan adalah persepsi bahwa "belum membutuhkan logistik halal" untuk seluruh garis produk. Persepsi ini diperkuat oleh biaya yang efisien dan kebiasaan penggunaan layanan konvensional, sehingga pelanggan cenderung menerapkan logistik halal secara parsial hanya pada produk yang dianggap sangat sensitif terhadap halal. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor pendorong dalam logistik halal lebih perseptual dan ekonomis daripada teknis.

Dalam penelitian ini, model PPM dikombinasikan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk meningkatkan pemahaman dinamika tersebut. Pelanggan dipaksa untuk mematuhi peraturan halal dan tuntutan pelanggan akhir sebagai standar subjektif. Faktor pendorong berkaitan dengan persepsi kontrol perilaku, terutama terkait kemampuan finansial dan kesiapan operasional pelanggan, sedangkan daya tarik fasilitas dan sistem logistik halal membentuk sikap positif terhadap penggunaan layanan halal. Integrasi TPB membantu menjelaskan mengapa perpindahan penuh tidak selalu terjadi, meskipun sikap terhadap logistik halal cenderung positif.

Selain itu, religiusitas muncul sebagai komponen lintas yang mendukung proses perpindahan secara keseluruhan. Pelanggan yang lebih religius sensitif terhadap integritas halal produk, yang mendorong mereka untuk menghindari risiko ketidakpatuhan halal dan lebih tertarik pada layanan logistik halal yang sesuai dengan nilai syariah. Religiusitas meningkatkan *push factor*, meningkatkan *pull factor*, dan melemahkan hambatan psikologis yang membentuk *mooring factor* dalam konteks ini.

Berdasarkan integrasi tersebut, kerangka konseptual penelitian ini berpendapat bahwa perilaku pelanggan yang beralih ke jasa logistik halal disebabkan oleh interaksi antara tekanan hukum dan risiko halal (*push*), daya tarik fasilitas dan sistem logistik halal (*pull)*, dan persepsi kebutuhan dan pertimbangan biaya (*mooring)*. Persepsi ini dimediasi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, dan diperkuat oleh aspek religiusitas

H. Implikasi bagi Penyedia Jasa Logistik

Bagi PT XYZ dan pelaku industri logistik lainnya, hasil ini menunjukkan bahwa:

1. Regulasi dapat dijadikan peluang, bukan sekadar beban, dengan memosisikan logistik halal sebagai solusi kepatuhan yang terintegrasi.
2. Investasi pada fasilitas fisik (gudang, trucking, layout segregasi) harus diimbangi dengan strategi komunikasi dan edukasi yang menjelaskan manfaat logistik halal bagi pelanggan, termasuk manfaat reputasi dan pengurangan risiko.
3. Untuk mengatasi *mooring factor*, diperlukan skema layanan bertahap (misalnya paket logistik halal untuk lini produk tertentu terlebih dahulu) sehingga pelanggan tidak terbebani biaya dan perubahan sistem secara tiba-tiba.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. **Bisnis proses logistik halal PT XYZ** telah mencakup penerapan prinsip halal dari tahap penerimaan pesanan, verifikasi dokumen dan status halal produk, penetapan vendor halal, penyimpanan di gudang segregasi, hingga proses distribusi dan serah terima barang, yang didukung oleh sertifikasi halal, tim halal khusus, dan SJPH.
2. **Faktor pendorong (*push factor*) utama** perpindahan pelanggan ke logistik halal adalah regulasi pemerintah yang mewajibkan sertifikasi halal dan kepatuhan terhadap sistem jaminan produk halal, serta kekhawatiran akan risiko hilangnya status halal produk apabila tetap menggunakan logistik konvensional.
3. **Faktor penarik (*pull factor*) utama** adalah ketersediaan fasilitas dan sistem logistik halal yang kompeten di PT XYZ termasuk gudang segregasi, vendor trucking halal, SOP dan SJPH, serta reputasi perusahaan sebagai penyedia layanan yang patuh syariah dan regulasi.
4. **Faktor penahan (*mooring factor*) utama** adalah persepsi bahwa logistik halal belum diperlukan untuk seluruh lini produk, minimnya pemahaman manfaat logistik halal, dan pertimbangan efisiensi biaya, sehingga pelanggan cenderung hanya menggunakan layanan halal untuk produk tertentu saja.
5. Secara teoretis, penelitian ini memperluas penerapan model PPM (*Push Pull Mooring*) dalam konteks logistik halal dengan mengintegrasikan *Theory of Planned Behavior* dan dimensi religiusitas, serta menempatkan regulasi pemerintah sebagai *push factor* dominan dan religiusitas sebagai faktor lintas dimensi dalam *customer switching behavior* menuju logistik halal

Rekomendasi

Bagi Pemerintah

1. Meningkatkan sosialisasi dan pendampingan implementasi regulasi halal pada sektor logistik.
2. Menyusun insentif atau skema fasilitasi (misalnya keringanan biaya sertifikasi atau dukungan pelatihan) bagi perusahaan logistik yang mengembangkan layanan halal.

Bagi Penyedia Jasa Logistik

1. Menguatkan komunikasi nilai tambah logistik halal, tidak hanya dari sisi kepatuhan regulasi tetapi juga dari sisi reputasi dan kepercayaan konsumen.
2. Mengembangkan produk layanan yang fleksibel (misalnya paket logistik halal per lini produk) untuk mengurangi hambatan biaya dan persepsi "belum membutuhkan".
3. Meningkatkan kapasitas SDM melalui pelatihan rutin, sertifikasi penyelia halal, dan integrasi sistem informasi yang mendukung *traceability* halal.

Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian lebih lanjut dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* untuk menguji model struktural hubungan antara faktor *push, pull, mooring*, religiusitas, dan niat perpindahan secara statistik.
2. Konteks penelitian dapat diperluas ke berbagai jenis perusahaan logistik lain (misalnya e-commerce logistics, *last-mile delivery*) untuk memperkaya generalisasi temuan

REFERENSI

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, **50**(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Ajzen, I. (2020). *Attitudes, personality and behavior* (2nd ed.). McGraw-Hill Education.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2023). *Pedoman sistem jaminan produk halal (SJPH)*. Kementerian Agama Republik Indonesia.

Bansal, H. S., Taylor, S. F., & James, Y. S. (2005). "Migrating" to new service providers: Toward a unifying framework of consumers' switching behaviors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, **33**(1), 96–115. https://doi.org/10.1177/0092070304267928

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.

Fischl, M., & Scherrer, C. (2020). Halal logistics and supply chain management: A conceptual framework. *Journal of Islamic Marketing*, **11**(6), 1493–1510. https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2019-0011

Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and society in tension*. Rand McNally.

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*.

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Jaminan Produk Halal*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Lai, J. Y., & Wang, J. H. (2015). Switching attitudes of Taiwanese middle-aged and elderly patients toward cloud healthcare services: An exploratory study. *Technological Forecasting and Social Change*, **92**, 155–167. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.10.004

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.

Ngah, A. H., Zainuddin, Y., & Thurasamy, R. (2017). Applying the push–pull–mooring framework to switching intention in logistics services. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, **98**, 1–14. https://doi.org/10.1016/j.tre.2016.11.010

Omar, E. N., Jaafar, H. S., & Osman, M. R. (2018). Factors influencing halal logistics adoption among logistics service providers. *Journal of Islamic Marketing*, **9**(2), 268–289. https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2016-0041

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). Sage Publications.

Rahman, M. A., Singhry, H. B., Hanafiah, M. H., & Abdul, M. (2017). Influence of perceived benefits and traceability system on the readiness to adopt halal logistics. *Journal of Islamic Marketing*, **8**(3), 409–430. https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2016-0023

Saldaña, J. (2016). *The coding manual for qualitative researchers* (3rd ed.). Sage Publications.

Tieman, M. (2011). The application of halal in supply chain management: In-depth interviews. *Journal of Islamic Marketing*, **2**(2), 186–195. https://doi.org/10.1108/17590831111139893

Tieman, M. (2013). *Halal logistics and supply chain management*. CRC Press.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage Publications