

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN
KEMASAN PADA MASYARAKAT MUSLIM KOTA
KAYUAGUNG**



DISUSUN OLEH:

YASSER KHATAMI

NIM:01021381722173

Ekonomi Pembangunan

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET

DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2024

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SEMINAR KOMPREHENSIF

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MAKANAN KEMASAN PADA MASYARAKAT MUSLIM KOTA
KAYUAGUNG**

Disusun Oleh :

Nama : Yasser Khatami
NIM : 01021381722173
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

21 Mei 2024



Ketua : Dr. Ahmad Syahtiti, S.E.I., M.S.I

NIP : 198205252009121003

10 Juni 2024



Anggota : Dr. Hj. Anna Yulianita, S.E., M.Si

NIP: 197007162008012015

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN KEMASAN PADA
MASYARAKAT MUSLIM KOTA KAYUAGUNG

Disusun Oleh

Nama : Yasser Khatami
NIM : 01021381722173
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Ekonomi Syariah
Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 09 Juli 2024 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, 09 Juli 2024

Ketua

Anggota

Anggota



Dr. Ahmad Syahtiri, S.E.I., M.Si
NIP. 198205252009121003



Dr. Anna Yulianita, S.E., M.Si
NIP.19700716008012015



Ichsan Hamidi, S.H.I., M.Si
NIP. 199105012019031019

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP. 197304062010121001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda dibawah ini:

Nama : Yasser Khatami
NIM : 01021381722173
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konstenrasi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan pada Masyarkat Muslim Kota Kayuagung.

Ketua : Dr. Ahmad Syahtiri, S.E.I., M.Si
Anggota : Dr. Anna Yulianita, S.E., M.Si
Tanggal Ujian : 09 Juli 2024

Adalah benar hasil karya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Indralaya, 18 Juli 2024

Pembuat Pernyataan



Yasser Khatami

NIM.01021381722173

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan pada Masyarakat Muslim Kota Kayuagung” sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan pada Masyarakat Muslim Kota Kayuagung. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak luput dari berbagai kendala dan hambatan. Akan tetapi, berkat dukungan, bimbingan, bantuan, dan saran yang tidak ternilai harganya dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna. Dengan demikian, penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Penulis juga mengharapkan agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

Indralaya, 18 Juli 2024

Yasser Khatami

NIM.01021381722173

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. **Allah SWT** atas segala nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan.
2. **Dr. Ahmad Syahtiri, S.E.I., M.Si** dan **Dr. Anna Yulianita, S.E., M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. **Dr. Mukhlis, S.E., M.Si** selaku ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. **Ichsan Hamidi, S.H.I., M.Si** selaku dosen penguji yang telah membantu memberikan kritik dan saran.
5. **Orang tua** yang telah memberikan doa dan dukungan yang tiada hentihentinya selama proses perkuliahan dan pembuatan skripsi ini.

Indralaya, 18 Juli 2024

Yasser Khatami

NIM. 01021381722173

Abstrak

PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN KEMASAN PADA MASYARAKAT MUSLIM KOTA KAYUAGUNG

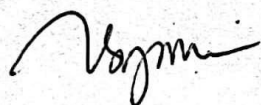
Oleh

Yasser Khatami

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar label halal mempengaruhi keputusan pembelian makanan kemasan oleh masyarakat Muslim di Kota Kayuagung dan untuk memperoleh informasi mengenai apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian makanan kemasan oleh masyarakat Muslim di Kota Kayuagung. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner likert. Jumlah sampel yang digunakan adalah 150 responden dan subjek penelitian ini yaitu masyarakat Muslim Kota Kayuagung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis deskriptif kuantitatif dengan uji statistik regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan Labelisasi halal dan Harga secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 70.731 yang lebih besar dari F tabel 3.06, serta tingkat signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat dinyatakan berpengaruh.

Kata kunci: Labelisasi Halal, Harga, Keputusan Pembelian

Ketua



Dr. Ahmad Syahtiri, S.E.I., M.S.I
NIP. 198205252009121003

Anggota



Dr. Hj. Anna Yulianita, S.E., M.Si
NIP. 197007162008012015

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP. 197304062010121001

Abstract

THE INFLUENCE OF HALAL LABELING AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS FOR PACKAGED FOOD IN THE MUSLIM COMMUNITY IN KAYUAGUNG CITY.

By:

Yasser Khatami¹, Ahmad Syahtiri², Anna Yulianita³

This study aims to determine how much the halal label affects the decision to purchase packaged food by Muslim communities in Kayuagung City and to obtain information about whether price affects the decision to purchase packaged food by Muslim communities in Kayuagung City. The instrument used in data collection is a Likert questionnaire. The number of samples used was 150 respondents and the subject of this research was the Muslim community in Kayuagung City. The data analysis technique used in this research is quantitative descriptive analysis method with multiple linear regression statistical tests. The results of this study indicate that halal labeling and price simultaneously affect purchasing decisions. This is evidenced by the calculated F value of 70.731 which is greater than the F table 3.06, as well as a significance level of 0.000 which is less than 0.05, so that it can be declared influential.

Keywords: Halal Labeling, Price, Purchase Decision

First Advisor



Dr. Ahmad Syahtiri, S.E.I., M.S.I
NIP. 198205252009121003

Member



Dr. Hj. Anna Yulianita, S.E., M.Si
NIP. 197007162008012015

The Head Of Development Economic Program



Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
NIP. 197304062010121001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
|  | Nama | Yasser Khatami |
| | Jenis Kelamin | Laki-Laki |
| | Tempat Tanggal Lahir | Kayuagung, 4 Oktober 1999 |
| | Agama | Islam |
| | Email | yasser.khatami321@gmail.com |
| | No.HP | 082278048754 |
| Riwayat Pendidikan: | | |
| 2005-2011 | SD Negeri 14 Kayuagung | |
| 2011-2014 | SMP Negeri 06 Kayuagung | |
| 2014-2017 | SMA Negeri 01 Kayuagung | |
| 2017-2024 | S-1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya | |

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF | i |
| PERSTUJUAN SKRIPSI..... | ii |
| PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| UCAPAN TERIMAKASIH..... | v |
| ABSTRAK BAHASA INDONESIA | vi |
| ABSTRAK BAHASA INGGRIS | vii |
| RIWAYAT HIDUP..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 6 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 6 |
| 2.1.1 Teori Perilaku Konsumen | 6 |
| 2.1.2 Perilaku Konsumen Muslim | 7 |
| 2.1.3 Keputusan Pembelian Konsumen | 8 |
| 2.1.4 Teori Konsumsi Muslim | 10 |
| 2.1.5 Pengertian dan Tinjauan Labelisasi Halal | 11 |
| 2.1.6 Teori Harga | 13 |
| 2.1.7 Fungsi Harga | 16 |
| 2.1.8 Faktor Penentu Harga | 16 |
| 2.1.9 Tujuan Penetapan Harga | 17 |
| 2.1.10 Harga Dalam Ekonomi Islam | 18 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 19 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 24 |
| 2.4 Hipotesis | 24 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 25 |
| 3.1 Setting Penelitian..... | 25 |
| 3.2 Desain Penelitian | 25 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 25 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 27 |
| 3.5 Variabel Penelitian | 27 |
| 3.6 Definisi Operasional | 28 |
| 3.7 Teknik Analisis..... | 29 |
| 3.8 Uji Instrumen Penelitian..... | 30 |
| 3.9 Uji Asumsi Klasik | 31 |
| 3.10 Uji Analisis Regresi Linear Berganda | 33 |
| 3.11 Uji Hipotesis | 34 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 37 |
| 4.1 Gambaran Umum Kota Kayuagung | 37 |
| 4.2 Profil Responden | 39 |
| 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas | 43 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik | 46 |
| 4.4.1 Uji Normalitas | 46 |
| 4.4.2 Uji Multikolinearitas | 47 |
| 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas | 48 |
| 4.4.4 Uji Autokorelasi | 49 |
| 4.5 Regresi Linier Berganda..... | 50 |
| 4.6 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)..... | 51 |
| 4.7 Pengujian Hipotesis | 53 |
| 4.7.1 Uji t Parsial | 53 |
| 4.7.2 Uji F | 54 |
| 4.8 Pembahasan Hasil Penelitian | 55 |
| 4.8.1 Labelisasi Halal Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.. | 55 |
| 4.8.2 Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian..... | 57 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| 4.8.3 Lebelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian | 58 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 59 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 59 |
| 5.2 Saran..... | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA | 62 |
| LAMPIRAN..... | 69 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Pedoman Untuk Interpretasi Terhadap Koefisien korelasi | 31 |
| Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden..... | 40 |
| Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden..... | 40 |
| Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Usia Responden | 41 |
| Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 42 |
| Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Berdasarkan Usia | 43 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Lebelisasi halal..... | 44 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Harga | 44 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian..... | 45 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas | 46 |
| Tabel 4.10 Uji Normalitas..... | 47 |
| Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas | 48 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan Glejser | 49 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi | 49 |
| Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 50 |
| Tabel 4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2) | 52 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) | 53 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji F | 55 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Tahap Keputusan Pembelian..... | 8 |
| Gambar 2.4 Kurva Keseimbangan Harga | 13 |
| Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 24 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehalalan menjadi hal penting dalam mengkonsumsi produk makanan bagi seorang muslim, karena bagi umat muslim kehalalan merupakan suatu hal yang wajib saat mengkonsumsi makanan dan sudah tertulis hukumnya dalam Al-Qur'an. Oleh karena itu, meskipun banyak makanan yang diberi label halal pada kemasannya, namun masih ada juga makanan yang tidak berlabel halal tetapi masih dikonsumsi oleh umat muslim. Menurut direktur LLPOM-MUI pada tahun 2019 hanya 668.615 atau 10 Persen produk makanan kemasan yang berlabel kan halal (Candela *et al.*, 2023).

Pemberian label halal pada suatu produk yang dilakukan oleh produsen bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen mengenai bahan dan komposisi yang digunakan dalam produk tersebut, termasuk bahan tambahan yang tercantum pada kemasan (Izzuddin, 2018). Apabila label tersebut sesuai dengan peraturan yang berlaku, ini dapat menciptakan perdagangan yang adil dan bertanggung jawab. Dengan demikian, konsumen dapat memilih produk dengan informasi yang akurat dan jelas mengenai kehalalan produk yang akan mereka beli.

Pemegang sertifikat halal dari MUI mempunyai kewajiban untuk memastikan bahwa produk yang diproduksinya tersebut memenuhi standarisasi kehalalan, dan sertifikat itu bisa dialihkan kepemilikannya. Menurut Pasal 1 Ayat 3 Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1999, label pangan adalah informasi mengenai

pangan yang bisa berupa gambar, tulisan, atau kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan. Label ini dapat ditempelkan pada kemasan pangan atau merupakan bagian dari kemasan pangan.

Menurut Hadad (2020) Indonesia menghadapi tantangan dalam perdagangan bebas yang berskala regional, internasional, dan global, dimana terdapat kekhawatiran bahwa pasokan pangan dan produk makanan lainnya yang terdapat unsur haram ataupun terkontaminasi zat berbahaya yang dapat masuk ke dalam negeri. Dalam berbagai tahapan teknik pengolahan, penanganan, penyimpanan, dan pengemasan, sering kali digunakan bahan pengawet yang berbahaya bagi kesehatan atau bahan-bahan tambahan yang terdapat unsur haram yang bertentangan dengan prinsip Islam. Bagi umat muslim, pemilihan produk makanan yang salah dapat berdampak buruk, baik secara fisik maupun spiritual. Masyarakat Muslim disarankan untuk mencari informasi tentang produk makanan yang akan mereka konsumsi dengan cara memeriksa label halal pada kemasan, karena mengonsumsi produk yang mengandung bahan berbahaya dapat membahayakan kesehatan tubuh, sementara mengonsumsi produk yang tidak sesuai dengan prinsip halal dapat berdampak negatif secara spiritual (Yulia, 2015).

Menurut Amilia (2017) Harga juga menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Harga dapat diinterpretasikan sebagai biaya yang perlu dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau layanan tertentu. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya pengaruh harga dalam keputusan pembelian, di mana harga produk yang ditetapkan oleh produsen dapat mempengaruhi permintaan suatu produk. Dengan kata lain, tingkat harga

dapat menjadi faktor penentu dalam menentukan seberapa banyak konsumen yang akan membeli suatu produk (Putri, Sari dan Rahmah, 2022).

Jika harga suatu produk ditetapkan dengan tidak tepat, hal ini dapat menyebabkan penurunan penjualan dan pangsa pasar. Untuk meningkatkan penjualan produk dan pangsa pasarnya, perusahaan harus bisa menetapkan harga jual yang tepat sesuai dengan pasar yang menjadi targetnya. Dengan demikian, penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi kinerja bisnis dan pertumbuhan perusahaan (Qomariah, 2016).

Menentukan harga produk merupakan faktor krusial yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Seperti yang disebutkan oleh Kotler dan Armstrong (2001), semakin mahal suatu produk maka semakin kecil kemungkinan pembelian, sementara semakin murah maka semakin besar kemungkinan pembelian. Karena itu, para pengusaha harus memperhatikan secara seksama dalam menetapkan harga produk agar sukses di pasar.

Pentingnya kemasan dalam keputusan pembelian konsumen tidak dapat diabaikan (Septifani, Achmadi dan Santoso, 2014). Pengemasan produk makanan digunakan untuk melindungi produk dari kerusakan dan mempermudah penyimpanan dan distribusi hingga sampai ke tangan konsumen. Selain sebagai pelindung makanan kemasan juga berfungsi sebagai sarana pemberi informasi kepada konsumen mengenai produk tersebut seperti komposisi produk makanan, nutrisi fact, serta labelisasi halal dari pruduk makanan tersebut. Namun sayangnya masih banyak sekali makanan kemasan yang diproduksi dan distribusikan oleh para pelaku usaha perorangan, rumah tangga, maupun badan usaha yang tidak

mengemas makanan yang diproduksinya dengan baik salah satunya contohnya tidak terdapat labelisasi halal terhadap produk makanan kemasan yang diproduksi, hanya mengfungsikan kemasan sebagai pelindung makanan saja tetapi tidak memberikan informasi tentang kehalalan produk makanan.

Kota Kayuagung adalah salah satu Kecamatan di Kabupaten Ogan Komering Ilir yang tengah mengalami perkembangan. Dengan adanya penambahan akses seperti pembangunan jalan tol, produk makanan kemasan mulai banyak didistribusikan di kota tersebut. Hal ini turut mendorong perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), termasuk di dalamnya usaha Toko Kelontong yang menjual berbagai produk makanan dalam kemasan, dilihat dari data jumlah saranan perdagangan menurut jenisnya (Pasar, Toko, Kios, Warung) pada tahun 2021 ada total 3424 saranan perdagangan yang ada di Ogan Komering Ilir, hal ini menunjukkan sebuah peningkatan karena pada tahun 2019 hanya terdapat 3194 saranan perdagangan (BPS OKI, 2021). Berkembangnya kota Kayuagung terutama di kegiatan distribusi makanan kemasan ini membuat saya tertarik untuk melihat bagaimana respon masyarakat muslim Kota Kayuagung dalam melakukan keputusan pembelian makanan kemasan.

Penduduk Kota Kayuagung yang terletak di Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sebagian mayoritas penduduknya beragama Islam. Menurut data jumlah penduduk berdasarkan agama ada 74.454 jiwa penduduk Muslim dan 549 jiwa penduduk non-muslim di kota Kayuagung (BPS Kabupaten OKI, 2021) dapat menjadi perwakilan dari komunitas muslim yang menjadi konsumen produk makanan kemasan tersebut. Diperlukan sebuah penelitian yang dilakukan secara sistematis untuk mendapatkan

informasi yang lebih terperinci dan didukung oleh bukti ilmiah mengenai pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada jenis makanan tertentu. Oleh sebab itu, akan dilakukan penelitian dengan menggunakan penduduk Kota Kayuagung sebagai studied population.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan pada masyarakat muslim Kota Kayuagung?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan pada masyarakat muslim Kota Kayuagung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar label halal mempengaruhi keputusan pembelian makanan kemasan oleh masyarakat Muslim di Kota Kayuagung.
2. Untuk memperoleh informasi mengenai apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian makanan kemasan oleh masyarakat Muslim di Kota Kayuagung.

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (N.D.). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio Gt (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio Gt Di Weleri-Kendal). *Journal Of Management*,. 2016, 2(2).
- Adiyanta, F. S. (2019). Hukum Dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey Sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law And Governance Journal*,. 2(4), 697-.
- Aisyah, S. N. (2023). Kepastian Hukum Perlindungan Konsumen Labelisasi Kehalalan Produk Studi Kasus Mixue Ice Cream And Tea (Bachelor's Thesis, Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Al Idrus, S. (2021). Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian: Konsep Danteorii. *Media Nusa Creative (Mnc Publishing)*.
- Amalia, N. (2019). . Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*,. 6(2), 96–1.
- Amilia, S. (N.D.). (). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 2017.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-.
- Anjani, D. (2022). Pengaruh Beauty Vlogger, Harga, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sultan Muhmmad Syafiuddin Sambas. *Sebi: Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*,. 4(2), 1–15.
- Apriani, Y. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Konsumen Muslim Frozen Food (Studi Pada Fafana Frozen Kota Bengkulu).
- Arafah, S., & Tanjung, Y. (2019a). Analisis Faktor Determinan Yang Mempengaruhi Pemakaian Metode Jit. Studi Kasus Ud. Pusaka Bakti). *Bisei: Jurnalbisnisdanekonomiislam*, 4(01).
- Arafah, S., & Tanjung, Y. (2019b). Analisis Faktor Determinan Yang Mempengaruhi Pemakaian Metode Jit. Studi Kasus Ud. Pusaka Bakti). *Bisei: Jurnalbisnisdanekonomiislam*, 4(01).

- Arifin, S. R. (2021). Pandangan Ibnu Taimiyah Dan Ibnu Khaldun Tentang Mekanisme Pasar. *Al-Infraq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 212.
- Aulia, T. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Bandar Lampung. *Journal Strategy Of Management And Accounting Through Research And Technology (Smart)*, 2(2), 58–6.
- Bagau, B., Imbar, M. R., & Wolayan, F. R. (2021). Teknologi/Industri Pengolahan Pakan (Prinsip Pengolahan, Pengemasan Dan Labelling Prroduk Ollahan Pakan).
- Basyit, A., Sutikno, B., & Dwiharto, J. (2020a). Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ema*, 5(1), 12–2.
- Basyit, A., Sutikno, B., & Dwiharto, J. (. (2020b). Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ema*, 5(1), 12–2.
- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5(1), 431-.
- Candela, V., Sikotti, D. F., Nathalie, N., & Saly, J. N. (203 C.E.). (2023). *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Analisis Yuridis Perlindungan Terhadap Produk Pangan Tanpa Label Bagi Konsumen. *Nusantara*, 10(5), 261.
- Downida, A. N., & Riharjo, I. B. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kecenderungan Kecurangan Akuntansi Pada Skpd Kota Kediri. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 6(5).
- Fahlevi, R. (2023). *Ekonomi Mikro Islam*.
- Fanitawati, N. (2020). Pengaruh Tingkat Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Di Dapur Putih Cafe Metro (Doctoral Dissertation, Iain Metro).
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (Jiph)*, 1(2), 85–1.
- Gurnasih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Temengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang.
- Hadad, A. F. (2020). Barrier To Entry Dalam Kebijakan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang. *Jaminan Produk Halal Menurut Putusan Dispute*

Settlement Body Nomor 484 Tentang Kasus Impor Daging Ayam Dan Olahan Daging Ayam Oleh Brazil (Bachelor's Thesis, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

- Harahap, D., & Ferri Alfadri, S. E. I. (2022). *Ekonomi Mikro Islam*. Merdeka Kreasi Group.
- Harahap, D. A. (N.D.). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 2015, 7(3), 227-.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. 21(1).
- Hendryadi, H. (2017). Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 259334.
- Hidayat, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Consumer Decision Making Process (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjai Madura). *Jiems (Journal Of Industrial Engineering And Management Systems)*, 9(2).
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100-.
- Kambali, I., & Ani, S., (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Billionaire Store Bandung). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*.
- Kotler, P dan Armstrong, N. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Laodini, A., Rorong, I. P. F., & Tumangkeng, S. Y. (2023). Analisis Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Transfer Dan Belanja Modal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Sulawesi Utara Tahun 2010-2021. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23(6), 217.
- Lubis, F. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Masyarakat Kota Palembang. *Skripsi Program Studi Ekonomi Islam*
- Manasikana, A. (2022). Kesadaran Hukum Konsumen Muslim Pembeli Ragi Terhadap Regulasi Produk Berlabel Halal Di Pasar Wiradesa Kabupaten Pekalongan (Doctoral Dissertation, Iain Pekalongan).

- Mardiatmoko, G. (N.D.). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium Indicum L.*]). *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Maulana, A., & Safarida, N. (2021a). Analisis Tingkat Elastisitas Permintaan Dan Penawaran Ayam Potong Di Pasar Kota Langsa. *Jim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*,. 173-198.
- Maulana, A., & Safarida, N. (2021b). Analisis Tingkat Elastisitas Permintaan Dan Penawaran Ayam Potong Di Pasar Kota Langsa. *Jim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*,. 173-198.
- Monika, S. (2019). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah Dan Pembiayaan Musyarakah Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Periode 2013-2017. *Science Of Management And Students Research Journal (Sms)*,. 1(3), 99-1.
- Naftalia, V. C., & Marsono, M. (2013). Pengaruh Leverage Terhadap Manajemen Laba Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*. (Vol. 1, N.
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*,. 4(1), 59-7.
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manaj.* 7(1), 43-5.
- Pramita, Ayu. (2022). Keputusan Pembelian, Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Manajemen Pemasaran*.
- Puspa, R., Permana, A., & Nuryanti, S. (2017). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Perumahan Cijung River Park Serang, Banten). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*,. 3(2), 205-.
- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan

- Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 504-.
- Putri, S. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen, Label Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Doctoral Dissertation, Universitas Medan Area).
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Jember. Cahaya Ilmu
- Quddus, M. F. (2021). Kritik Konsumerisme Dalam Etika Konsumsi Islam. *Malia (Terakreditasi)*, 13(1), 43-.
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10.
- Rahmayani, I. P. R., & Cindoswari, A. R. (2022). Strategi Public Relation Dalam Meningkatkan Brand Image Aston Batam. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(2).
- Ramadiani, L., & Rizki, M. (2023), Analisis Konsumsi Mahasiswa Uin Sumatera Utara Dalam Gaya Hidup Sehari-Hari. *Jikem: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 1120.
- Rizal, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sembako Di Mini Market 212 Mart Lampriet Kota Banda Aceh (Studi Pada Konsumen Muslim Kalangan Ibu Rumah Tangga) (Doctoral Dissertation, Uin Ar-Raniry).
- Rosmawati, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Herbal Penawar Alwahida Indonesia (Hpai) Ditinjau Dari Ekonomi Syari'ah (Studi Kasus: Hni Bc. Pekanbaru 4 Jalan Melati Kecamatan Tampan) (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri).
- Rosa, M. A., & Yulianthini N. N. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ulan Cake Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*
- Salsabilla, M. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Fitur Brimo Terhadap Kepuasan Nasabah Bri Unit Koba (Studi Kasus Pada Fitur Tarik Tunai) (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Safitri, A., Putri, A., Bahar, A., Miranti, M. G., & Purwidiani, N. (2024). *Jurnal Tata Boga Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Makanan (Snack) Jepang Di Surabaya*. 12(2).

- Sanjaya, S., & Pratiwi, N. (2018). Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Kurs Dan Inflasi Terhadap Jakarta Islamic Index (Jii). *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(1), 47-58.
- Sari, Y. P. (2023). (2). Prilaku Konsumen Dalam Strategi Pemasaran. *Manajemen Pemasaran Modern*, 39.
- Sekaringtyas, P. (2022). Makanan Halalan Thoyyiban Perspektif Hamka Dalam Tafsir Al-Azhar (Doctoral Dissertation, Iain Ponorogo).
- Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131-
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan Dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 201.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi*. Kencana.
- Sholihah, F. (2021). Pengaruh Religiusitas, Labelisasi Halal, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Siswa Blokagung Karangdoro, Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi).
- Sundari, E. (2021). *Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam (Studi Kasus Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru)*. Penerbit Adab.
- Syafri, N. A., Mustari, M., Hasan, M., Said, M. I., & Nurdiana, N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Image Halal, Celebrity Endorser Dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(02), 38.
- Syahadatina, D. (2023). Analisis Tingkat Pengetahuan Dan Kesadaran Usaha Mikro Dan Kecil Terkait Sertifikasi Halal: Studi Pada Pelaku Usaha Kuliner Di Kabupaten Sumenep (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Umma, Y. S. (2022). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Penetapan Harga Jual Beli Gabah Pasca Panen (Studi Kasus Pada Selep Padi Di Desa Babatan Kecamatan Balongpanggung Kabupaten Gresik) (Doctoral Dissertation, Iain Kediri).

Utama, I. G. B. R. (2017). Pemasaran Pariwisata. Penerbit Andi.

Yulia, L. (2015). Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bimas Islam*, 8(1), 121-.

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.