

**PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
PRODUK MAKANAN SIAP SAJI DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Konsumen Bakso Ali Di Kecamatan Sukarame Kota
Bandar Lampung)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh :

**Asya Chaterin Vena Adias
NPM. 1951010292**

Program Studi : Ekonomi Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1444 H/2023 M**

**PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
PRODUK MAKANAN SIAP SAJI DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Konsumen Bakso Ali Di Kecamatan Sukarame Kota
Bandar Lampung)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh :

**Asya Chaterin Vena Adias
NPM. 1951010292**

Program Studi : Ekonomi Syariah

**Pembimbing I : Dr. Budimansyah, S. Th.I.,Kom.I
Pembimbing II: Gustika Nurmalia, S.E. I. M.Ek**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1444 H/2023 M**

ABSTRAK

Seiring dengan pesatnya perkembangan media saat ini, arus informasi yang diperoleh konsumen akan semakin banyak dan dapat pula mempengaruhi pola konsumsi konsumen. Labelisasi halal merupakan label yang menginformasikan kepada konsumen produk yang berlabel tersebut, bahwa produk tersebut benar-benar halal dan bahan-bahan yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut dapat dikonsumsi oleh konsumen. Dengan pemahaman yang semakin baik tentang agama membuat konsumen muslim menjadi semakin selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi.

Pokok masalah penelitian ini adalah Bakso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung merupakan salah satu restoran yang berstatus ada labelisasi halal tetapi pembeli muslim sebagian membeli produk di bakso Ali dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, bukan karena label halalnya. Oleh karena itu penulis ingin mengetahui apakah labelisasi halal dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli produk Bakso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk makanan siap saji dalam perspektif ekonomi islam (studi pada konsumen Bakso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung). Sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang didapatkan melalui kuesioner yang disebar kepada konsumen Bakso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Berdasarkan sampel yang berjumlah 100 responden dengan menggunakan analisis regresi berganda, menunjukkan bahwa baik dari labelisasi halal dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan siap saji oleh konsumen Bakso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa label halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian terhadap produk indomie ditunjukkan dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$. Hasil penelitian uji t menunjukkan harga produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk, ditunjukkan dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa labelisasi halal dan harga mempunyai hubungan dan secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan siap saji. Pengaruh label halal

dan harga dengan keputusan membeli produk makanan siap saji melalui uji koefisien (Adjusted R²) dengan nilai sebesar 0.624 atau 62.4%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal dan harga adalah faktor yang paling penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Label Halal, Harga, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Along with the rapid development of today's media, the flow of information obtained by consumers will be more and more and can also affect consumer consumption patterns. Halal labeling is a label that informs consumers of the labeled product that the product is truly halal and the ingredients it contains do not contain elements that are prohibited by sharia so that the product can be consumed by consumers. With a better understanding of religion, Muslim consumers become more selective in choosing products to be consumed.

The main problem of this research is that Bakso Ali in Sukarame District, Bandar Lampung City is one of the restaurants with halal status, but some Muslim buyers buy products at Ali Bakso which are influenced by other factors such as price, not because of the halal label. Therefore the author wants to know whether halal labeling and price have a positive and significant effect on the decision of buyers of Bakso Ali products in Sukarame District, Bandar Lampung City.

This study aims to determine the effect of halal labels and prices on consumer decisions in purchasing ready-to-eat food products in an Islamic economic perspective (studies on Bakso Ali consumers in Sukarame District, Bandar Lampung City). The sample in this study used a purposive sampling technique. The data used in this study are primary data obtained through questionnaires distributed to Bakso Ali consumers in Sukarame District, Bandar Lampung City. based on a sample of 100 respondents using multiple regression analysis, indicating that both halal labeling and price have a positive and significant effect on the decision to purchase ready-to-eat food products by Bakso Ali consumers in Sukarame District, Bandar Lampung City.

The results of the t-test study show that the halal label partially has a significant effect on purchases of Indomie products indicated by a significant level of $0.000 < 0.05$. The results of the t-test research show that product prices partially have a significant effect on product purchasing decisions, indicated by a significant level of $0.000 < 0.05$. The results of the F test show that halal labeling and price have a relationship and simultaneously (simultaneously) have a positive and significant influence on the decision to purchase ready-to-eat food products. The effect of halal labels and prices on the decision to buy ready-to-eat food products through a coefficient test (Adjusted R²) with a value of 0.624 or 62.4%. Therefore, it can be concluded that

halal labeling and price are the most important factors influencing consumer purchasing decisions.

Keywords: Halal Label, Price, Purchase Decision





**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin I Sukarame Bandar Lampung 35131 Telp (0721)703289

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asya Chaterin Vena Adias

NPM : 1951010292

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Siap Saji Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Bakso Ali Di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung) adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun. Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di maklumi.

Bandar Lampung, 17 Mei 2023

Penulis,



Asya Chaterin Vena Adias

NPM. 1951010292



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin I Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Makanan Siap Saji dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Bakso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)
Nama : Asya Chaterin Vena Adias
NPM : 1951010292
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Budimansyah, S.Th.I., M.Kom.I **Gustika Nurmalita, S.E. I. M. Ek**
NIP. 1977077252002121001 **NIR. 2014080919890708133**

Ketua Jurusan
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy
NIP. 1981208082011012009



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin 1 Sukarame Bandar Lampung 35131 Telp (0721)703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Siap Saji Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Bakso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)** disusun oleh **Asya Chaterin Vena Adias, NPM. 1951010292**, Program Studi : **Ekonomi Syariah**, Telah Diujikan Dalam Sidang Munaqasyah Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, Pada Hari/Tanggal: **Jum'at, 16 Juni 2023**

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy. (.....)

Sekretaris : Zathu Resti Utami, M.Pd. (.....)

Penguji I : Ghina Ulfa S, L.C., M.E.Sy. (.....)

Penguji II : Dr. Budimansyah, S.Th.I., M.Kom.I. (.....)

Mengetahui,

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Tubus Suryanto, M.M., Akt., C.A

NIP. 009262008011008

MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ
لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Hai sekalian manusia ! Makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.
(QS. Al-Baqarah : 168).



PERSEMBAHAN

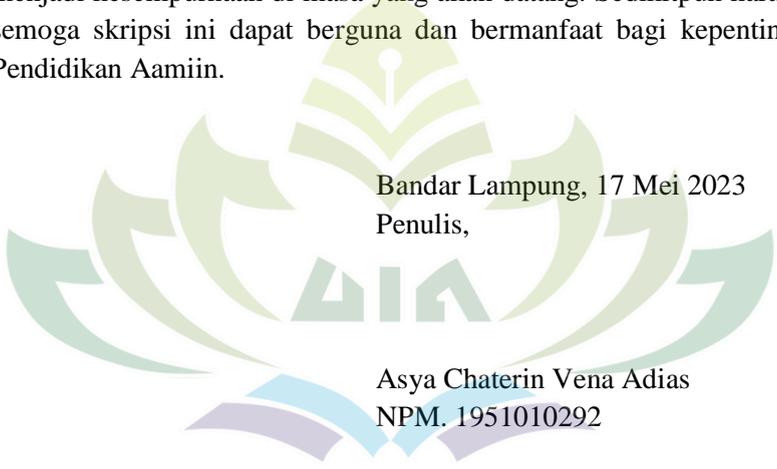
Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan bimbingan dan petunjuknya tak lupa shalawat dan salam atas Baginda Nabi Muhammad SAW, semoga syafa'at Beliau selalu menyertai penulis di dunia dan akhirat. Aamiin.

Dengan segenap kerendahan hati dan rasa syukur, penulis persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang senantiasa mendukung dan membantu mendoakan dengan ikhlas disetiap langkah proses perjuangan penulisan skripsi ini. Penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Untuk kedua orangtuaku yaitu Bapak Iswandi dan Ibu Eko Listyorini yang telah memberikan kasih sayang, secara dukungan, ridho dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertulis kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayahanda dan ibunda Bahagia, semoga penulis bisa membahagiakan mereka suatu saat nanti Aamiin.
2. Untuk kedua kakakku yang pertama yaitu Anisa Bertiana berserta suaminya yaitu Doni Andika dan kakakku yang kedua yaitu Nikita Suha Zayyan Zahra berserta suaminya yaitu Andi Susanto serta kedua adikku yaitu Reyvaldo Alfa Reza dan Revan Pahlevi yang selalu memberikan bantuan, semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Untuk pasangan penulis yaitu Khusnul Adi Saputra yang selalu memberikan bantuan, semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk sahabatku dari kelas 1 SMK hingga sekarang yaitu Reviana Mutmainah yang selalu memberikan semangat dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk sahabatku yaitu Ayu Rizki dan Desi Lutriyani yang selalu memberikan bantuan, semangat serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah Kelas D Angkatan 2019 yang saling memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini,

7. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di mana tempat penulis mendapatkan ilmu dan pengalaman yang tak terhingga, mendewasakan diri dalam berfikir dan bersikap, memperkaya intelektual dan relasi.
8. Semua pihak yang terlibat dan tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih atas doa dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Hanya ucapan terima kasih dan doa yang dapat penulis berikan, kritik dan saran selalu terbuka untuk menjadi kesempurnaan di masa yang akan datang. Sedikitpun harapan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kepentingan Pendidikan Aamiin.



Bandar Lampung, 17 Mei 2023
Penulis,

Asya Chaterin Vena Adias
NPM. 1951010292

RIWAYAT HIDUP

Asya Chaterin Vena Adias dilahirkan di desa Jatibaru, Kecamatan Tanjung Bintang, pada tanggal 20 Februari 2001, anak kedua dari pasangan Bapak Iswandi dan Ibu Eko Listyorini. Pendidikan dimulai dari TK Tunas Ceria selesai pada tahun 2007, SD N 1 Jatibaru selesai pada tahun 2013, SMP N 1 Tanjung Bintang selesai pada tahun 2016, SMK Diponegoro selesai pada tahun 2019 dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam prodran studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 17 Mei 2023
Yang Membuat,

Asya Chaterin Vena Adias



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, serta hidayah kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Siap Saji Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Bakso Ali Di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)”.

Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu kita harapkan syafaatnya nanti di yaumul qiamah dan tetap menjadi umatnya kelak Aamiin.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi-tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta saran, dukungan, doa dan bantuan yang diberikan dari berbagai pihak. Oleh karenanya dengan seluruh kerendahan hati dan rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

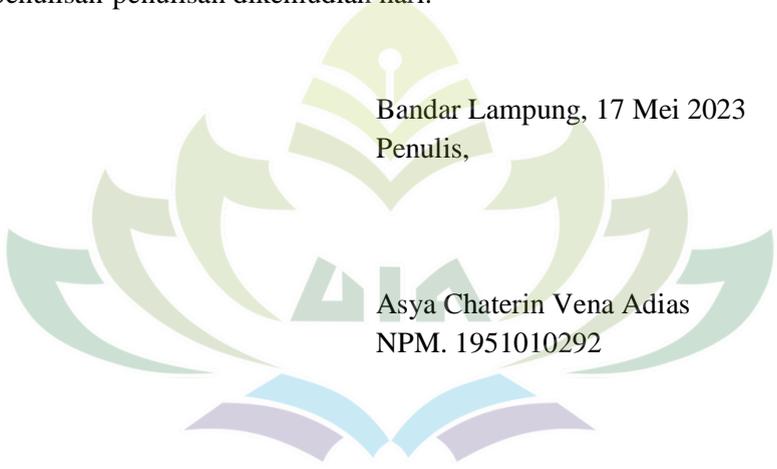
1. Bapak Prof. H. Wan Jamaluddin Z, M.Ag., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M, Akt. CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uineversitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Ibu Erike Anggraeni, M.E.Sy selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
4. Bapak Dr. Budimansyah, S. Th.I., Kom.I selaku pembimbing I dan Ibu Gustika Nurmalia, S.E. I. M.Ek selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaganya untuk memberikan bimbingan dan arahan serta saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen, Staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang tidak

bisa disebutkans satu persatu telah memberikan motivasi dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Pada teman-teman Ekonomi Syariah kelas D angkatan 2019 yang telah saling memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

Semoga semua bantuan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan ridho dan sekaligus sebagai catatan amal ibadah dari Allah SWT, Aamiin Ya Robbal'Alamiin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik disengaja maupun tidak disengaja serta jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan penulisan-penulisan dikemudian hari.



Bandar Lampung, 17 Mei 2023

Penulis,

Asya Chaterin Vena Adias
NPM. 1951010292

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERNYATAAN	vi
PERSETUJUAN.....	vii
PENGESAHAN.....	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
RIWAYAT HIDUP	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang	3
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Penelitian Terdahulu.....	7
G. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Labelisasi Halal	13
1. Pengertian Label.....	13
2. Pengertian Halal	16
3. Pengertian Label Halal	17
4. Indikator Label Halal.....	19
B. Harga.....	21
1. Pengertian Harga	21
2. Indikator Harga.....	25
C. Pengertian Konsumsi Secara Umum	26
D. Teori Konsumsi	26
E. Keputusan Pembelian	28
1. Pengertian Keputusan Pembelian	28
2. Keputusan Pembelian Konsumen	30
3. Proses Keputusan Pembelian	30

4. Indikator Keputusan Pembelian	32
F. Teori Konsumsi Dalam Islam	33
G. Perilaku Konsumsi Dalam Ekonomu Islam	36
H. Kerangka Pemikiran	38
I. Hipotesis.....	39
1. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	39
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	39
3. Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. waktu dan tempat penelitian	43
B. Pendekatan Penelitian, Jenis dan Sumber Data.....	43
C. Populasi dan Sampel	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Definisi Operasional Variabel	46
F. Teknik Analisis Data	49
G. Teknik Pengolahan Analisis Data.....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	55
B. Uji Instrumen Penelitian.....	56
C. Uji Asumsi Klasik	58
D. Analisis Regresi Linier Berganda	61
E. Pengujian Hipotesis.....	62
1. Uji Statistic F.....	62
2. Uji T (Parsial).....	63
3. Uji Koefisien Determinasi R Square (R ²)	64
F. Hasil Penelitian	64
1. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian	64
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	67
3. Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pemebelian.....	69
4. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji	70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 73
B. Saran 74

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN



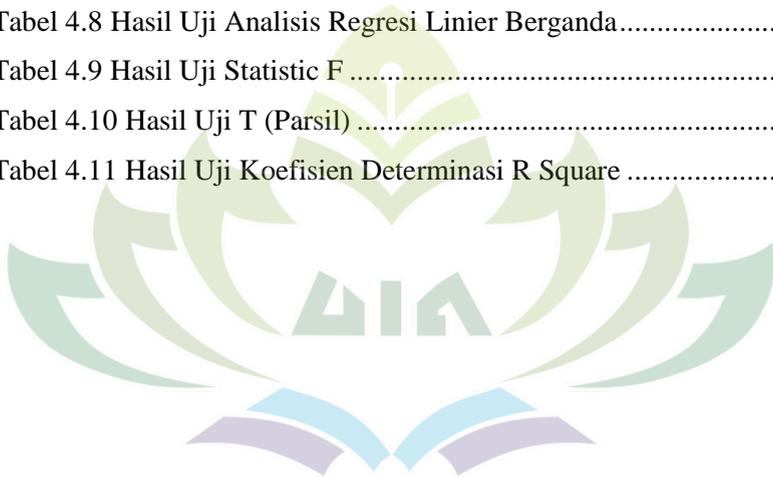
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Label Halal MUI.....	18
Gambar 2.2 Tahap Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	38



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel X Dan Y	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistic F	62
Tabel 4.10 Hasil Uji T (Parsil)	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi R Square	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	76
Lampiran 2 Data Mentah Tanggapan Responden.....	83
Lampiran 3 Hasil Output Data Olahan SPSS Versi 26	93



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk lebih memahami isi skripsi ini, serta mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami proposal ini, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan beberapa uraian terhadap penegasan dan makna dari beberapa istilah terkait dengan tujuan proposal ini. **“Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Siap Saji Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Bakso Ali Di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung)”** untuk itu perlu diuraikan pengertian dari istilah-istilah judul tersebut sebagai berikut :

1. Pengaruh

Pengertian pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kekuatan yang ada atau yang timbul dari sesuatu, seperti orang, benda yang turut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Influence atau pengaruh yaitu daya yang timbul pada khalayak sebagai akibat dari pesan komunikasi, yang mampu membuat mereka melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

2. Label

Label adalah bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya¹. Label pada dasarnya dapat merupakan bagian dari sebuah kemasan atau dapat merupakan etiket lepas yang ditempelkan pada produk².

¹Stanton, William J. Prinsip Pemasaran, (Jakarta: Penerbit Erlangga Cetakan Ketujuh,2005) h 282

² Angipora, Dasar-Dasar Pemasaran, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2007):

3. Halal

Halal adalah tindakan yang dibenarkan untuk dilakukan menurut syara'³.

4. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.

5. Produk

Produk adalah unsur yang paling penting, karena produk mencakup, seluruh perencanaan yang mendahului produksi aktual, produk mencakup riset dan pengembangan, dan produk mencakup semua layanan yang menyertai produk seperti instalasi dan pemeliharaan. Pengertian produk menurut Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran (1997) menyatakan bahwa: "produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen"⁴.

6. Makanan Siap Saji

Makanan siap saji adalah istilah untuk makanan yang dapat disiapkan dan dilayankan dengan cepat. Sementara makanan apapun yang dapat disiapkan dengan segera dapat disebut makanan siap saji⁵. Ada pula hidangan siap saji tradisional atau lokal, misalnya hidangan di rumah makan Padang, warung tegal, warung bakso dan lain-lain⁶.

7. Keputusan Pembelian

³ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011): 1045

⁴ Kotler, Philip, 1997, Marketing Manajemen 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.

⁵ Mayvita I M P Repi, Joanne V Mangindaan, and Dantje Keles, "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji Di KFC Tomohon," *Productivity* 2, no. 2 (2021): 158.

⁶ Karnaeni, H. 2005. Hubungan Antara Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji Modern (Fast Food), Pola Aktivitas Fisik, dan Faktor Lainnya dengan Status Gizi Pada Remaja SMA Cakra Buana Depok. Skripsi. Depok: Universitas Indonesia.

Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya⁷.

B. Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan media saat ini, arus informasi yang diperoleh konsumen akan semakin banyak dan dapat pula mempengaruhi pola konsumsi konsumen. Labelisasi halal merupakan label yang menginformasikan kepada konsumen produk yang berlabel tersebut, bahwa produk tersebut benar-benar halal dan bahan-bahan yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut dapat dikonsumsi oleh konsumen. Dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada produknya, dianggap belum mendapatkan persetujuan oleh lembaga yang berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasikan dalam produk yang halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya⁸.

Dengan pemahaman yang semakin baik tentang agama membuat konsumen muslim menjadi semakin selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Di Indonesia konsumen muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas mengaudit produk-produk yang dapat dikonsumsi oleh konsumen muslim. Lembaga ini merupakan Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini bertugas untuk mengawasi produk yang beredar dimasyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal pada produk-produk yang telah terdaftar. Artinya produk-produk tersebut diproses terlebih dahulu setelah kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh

⁷ Ridho Saputra, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru," no. Universitas Islam Riau (2020): 12.

⁸ Tengku Putri Lindung Bulan, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang," *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam* 5, no. 1 (2016): 430.

agama, maka produk tersebut telah menjadi kategori produk halal yang dapat di konsumsi oleh konsumen muslim⁹.

Syariat islam juga menuntut setiap muslim untuk menerapkan sesuatu yang halal dalam kehidupannya, hal ini tercantum dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : Wahai manusia ! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.

Tafsir Al-Muyassar Wahai manusia Makanlah dari rizki Allah yang Dia halalkan bagi kalian yang terdapat di bumi, dalam keadaan bersih dan bukan najis, yang bermanfaat dan tidak memadorotkan, dan janganlah kalian mengikuti jalan-jalan setan dalam penetapan halal dan haram, bid'ah serta maksiat-maksiat. Sesungguhnya ia adalah musuh kalian yang amat nyata permusuhannya.

Al-Maidah ayat 88 yang berbunyi :

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.

Tafsir Al-Muyassar Dan bersenang-senanglah kalian (wahai kaum mukminin), dengan menikmati yang halal lagi baik dari apa yang Allah berikan kepada kalian dan anugerahkan kepada kalian. Dan bertakwalah kepada Allah dengan menjalankan perintah-perintah-NYA dan menjauhi larangan-larangan-Nya. Sesungguhnya keimanan kalian kepada Allah

⁹ Ibid.

mengharuskan kalian bertakwa dan selalu mendekati diri kepada-NYA.

Saat ini dunia bisnis juga telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam segala bidang. Salah satu bisnis yang pesat dalam perkembangannya adalah bisnis yang bergerak dibidang pangan, seperti restoran, rumah makan, cafe-cafe. Bisnis-bisnis dalam bidang pangan ini sangat menjanjikan untuk menjadi usaha dengan omset yang besar sehingga banyak pelaku usaha lebih memilih membuka usaha bisnis¹⁰.

Kecamatan Sukarame berada di Kota Bandar Lampung Provinsi Lampung. Kota Bandar Lampung pertumbuhan bisnisnya cukup maju sehingga menumbuhkan motivasi munculnya berbagai jenis usaha diantaranya usaha dibidang kuliner. Salah satu kuliner yang familiar dan banyak diminati semua kalangan adalah bakso karena bakso merupakan jenis olahan daging dan merupakan makanan siap saji yang tersebar di berbagai daerah. Salah satu penjual bakso di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung yaitu Bakso Ali. Bakso Ali didirikan sejak tahun 2004. Gerai Bakso Ali mempunyai outlet sebanyak 3 outlet di Kecamatan Sukarame. Untuk harga menu di gerai bakso ali dimulai dari harga Rp.17.000,-. Harga tersebut bisa digolongkan untuk golongan menengah ke bawah dan golongan ,menengah ke atas. Rata-rata jumlah pengunjung di gerai Bakso Ali Kecamatan Sukarame selama satu minggu mencapai sekitar 350 konsumen. Omset yang di dapatkan di gerai Bakso Ali selama satu hari mencapai sekitar Rp.2000.000,- dan omset yang didapatkan di gerai Bakso Ali selama satu minggu mencapai hingga Rp. 14.000.000,- kemudian omset yang didapatkan di gerai Bakso Ali mencapai sekitar Rp. 56.000.000,-.

Bakso Ali menjadi daya tarik konsumen karena bentuk bakso yang beraneka macam ukuran dan harga yang ramah kantong. Bakso Ali sudah mempunyai outlet sebanyak 15 outlet di wilayah Kota Bandar Lampung. Pemesanan Bakso Ali bisa

¹⁰ Armeliana Putri, "Pengaruh Labelisasi Halal Pada Rumah Makan Ayam Pak Usu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen" (Fakultas Ekonomi & Bisnis, 2019).

melalui offline yaitu berkunjung secara langsung ke lokasi Bakso Ali dan bisa melalui online yaitu melalui *Gofood*. Salah satu Bakso Ali di kecamatan sukarame beralamat di Dekat Gg. Kalpataru, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung 35133. Bakso Ali sudah memperoleh Sertifikat Halal dari MUI, sehingga konsumen umat muslim tidak meragukan lagi kehalalan dari Bakso Ali dan merasa aman saat mengkonsumsi bakso tersebut.

C. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang masalah di atas, maka peneliti telah menemukan rumusan permasalahan di dalam skripsi ini, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk makanan siap saji ?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk ?
3. Apakah label halal dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk makanan siap saji ?
4. Bagaimana pandangan ekonomi Islam tentang labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian makanan siap saji ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk makanan siap saji
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk
3. Untuk mengetahui apakah label halal dan harga berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk makanan siap saji

4. Untuk mengetahui pandangan ekonomi Islam tentang labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian makanan siap saji.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda yakni, manfaat teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai Label Halal dalam produk makanan siap saji

2. Manfaat Praktis

Untuk menjadi sumber informasi, sumber pengetahuan, dan masukan bagi peneliti dan pembaca mengenai tentang Label Halal dalam produk makanan siap saji

F. Penelitian Terdahulu

Amarinda Napitasari Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta yang berjudul Analisis Minat Beli Konsumen Pada Restoran Bersertifikat Halal Mui Di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2018 (Studi Kasus: Konsumen Waroeng Steak and Shake, Gudeg Yu Djum, Bakso Betesda 74) hasil penelitian menunjukkan Ada hubungan signifikan yang kuat dan searah antara variabel label halal dengan minat beli konsumen Angka koefisien korelasi pada hasil di atas bernilai positif, yaitu 0,730, sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat searah (jenis hubungan searah), dengan demikian dapat diartikan bahwa jika nilai variabel label halal tinggi maka nilai variabel minat beli konsumen juga tinggi. Persamaan dari penelitian ini dalam penelitian ini sama-sama menggunakan variabel label halal. penelitian sebelumnya menekankan label halal dengan minat beli konsumen. Sedangkan penelitian ini

menekankan label halal dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian terdahulu menggunakan Konsumen Waroeng Steak and Shake, Gudeg Yu Djum, Bakso Betesda 74, sedangkan penelitian ini menggunakan konsumen Bakso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Distya Riski Hapsari, dkk, yang berjudul Studi Kasus Pengaruh Logo Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sapi di Ciawi-Bogor. Hasil penelitiannya yaitu bahwa masing-masing atau secara simultan, variabel logo halal dan kesadaran halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Masyarakat Ciawi dalam melakukan pembelian mempertimbangkan logo halal dan kesadaran halal. Persamaan dari penelitian ini adalah penelitian ini sama-sama menggunakan variabel label halal. Penelitian sebelumnya menekankan logo halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian ini menekankan label halal dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian terdahulu menggunakan Logo Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sapi di Ciawi-Bogor, sedangkan penelitian ini menggunakan konsumen Bakso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Husnul Tafjirah dengan skripsi Yang Berjudul Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan pembeli Produk Kfc (Studi Pada Kfc Hertasning Di Kota Makassar) hasil penelitiannya yaitu Labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli produk KFC Hertasning Kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa produk KFC dalam mencantumkan labelisasi halal memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan pembeli. Ini berarti pembeli mengomsumsi produk KFC diragu lagi, Karena jelas-jelas produk KFC mempunyai pencantuman labelisasi halal yang tertera dalam produk. Persamaan dari penelitian ini adalah penelitian ini sama-sama menggunakan variabel label halal. Penelitian sebelumnya menekankan labalisasi halal terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian ini menekankan label halal dan harga terhadap keputusan pembelian. Perbedaannya

Penelitian terdahulu menggunakan objek penelitian di Kfc Hertasing di Kota Makassar, sedangkan penelitian ini menggunakan objek penelitian di Bakso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Penelitian yang dilakukan oleh Marwan, berjudul Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh secara langsung signifikan terhadap keputusan pembelian. Label halal dapat memperkuat hubungan langsung antara pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian. Persamaan dari penelitian ini adalah penelitian ini sama-sama menggunakan variable label halal. Penelitian sebelumnya menekankan label halal sebagai variable moderating terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian ini menekankan label halal dan harga terhadap keputusan pembelian. Perbedaannya Penelitian terdahulu menggunakan objek penelitian pada Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Semarang, sedangkan penelitian ini menggunakan objek penelitian di Bakso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Penelitian yang dilakukan oleh Mahwiyah, dengan skripsi yang berjudul “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta)”. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa labelisasi halal berpengaruh secara signifikan sebesar 54.7% hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang sedang antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen. Persamaan dari penelitian ini adalah penelitian ini sama-sama menggunakan variabel label halal terhadap pembelian produk Makanan Siap Saji dan analisis data menggunakan Determenasi. Perbedaannya Penelitian terdahulu menggunakan objek penelitian pada Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta, sedangkan penelitian ini menggunakan objek penelitian di Bakso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini dibagi dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara singkat isi dari penelitian yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan teori-teori yang telah diperoleh melalui studi pustaka dari berbagai literatur, yang berkaitan dengan masalah penelitian yang telah diterapkan untuk selanjutnya digunakan dalam landasan pembahasan dan pemecahan masalah, serta berisi penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang definisi operasional variabel yang terdapat dalam penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian serta menguraikan pembahasan mengenai pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk makanan siap saji dalam perspektif ekonomi islam (studi pada konsumen bakso ali di kecamatan sukrame kota bandar lampung). Pembahasan masalah ini dilakukan atas analisis data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis yang telah ditetapkan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dimana akan dikemukakan kesimpulan dan saran sehubungan dengan hasil penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian, hasil uji t untuk variabel labelisasi halal memiliki nilai koefisien regresi yaitu 0,354 dan nilai signifikansi (sig.) sebesar $0,00 < 0,05$, maka ini berarti variabel labelisasi halal (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan siap saji pada Bakaso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.
2. Hasil uji t untuk variabel harga memiliki nilai koefisien regresi yaitu 1,030 dan nilai signifikansi (sig.) sebesar $0,00 < 0,05$, maka ini berarti variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk makanan siap saji pada Bakaso Ali di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Karena harga akan selalu dikaitkan dengan kualitas produk, apabila harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas produknya, maka akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk tersebut. Harga juga dapat menunjukkan kualitas merk dari suatu produk, di mana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik.
3. Berdasarkan analisis uji regresi diketahui bahwa variabel label halal dan harga berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian di bakso Ali Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum dengan adanya label halal di bakso Ali Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung serta didukung oleh penentuan harga yang sesuai dapat memberi pengaruh yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil uji koefisien

determinasi (R^2) yang ditunjukkan dengan Adjusted R Square yaitu sebesar 0,624 artinya adalah 62,4% variable keputusan pembelian produk (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel labelisasi halal (X1) dan harga (X2). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 37,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

4. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel label halal dan harga berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian di bakso Ali Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum dengan adanya label halal di bakso Ali Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung serta didukung oleh penentuan harga yang sesuai dapat memberi pengaruh yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian konsumen. Bisa dikatakan bila sebuah produk yang telah memiliki label halal dan juga harga yang sesuai dengan produk tersebut sehingga secara langsung dapat memberikan informasi mengenai kualitas produk sehingga dapat memberikan rasa yakin pada konsumen dalam proses keputusan pembelian.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari telah dilakukannya kajian penelitian ini yaitu:

1. Seluruh pihak baik dari pemerintah, pelaku usaha, konsumen dapat memahami makna penting penggunaan labelisasi halal pada produk makanan dan menerapkannya.
2. Para pelaku usaha dapat menyesuaikan harga produk dengan kualitas produk dengan standar dan ketentuan yang baik, agar dapat mempertahankan nilainya di mata konsumen.
3. Bagi para peneliti selanjutnya, dapat lebih melakukan kajian mendalam terkait bahasan ini dan menambah variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Aziz Dahlan, Et. Al. (Ed.), *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta : Pt. Ichtiar Baruwan Hoeve, T.Thn), Jilid 2: 505.
- Agama, K. (2001). Nomor 518 Tahun 2001 Tanggal 30 November 2001 : Pedoman Dan Tata Cara Pemeriksaan Dan Penetapan Pangan Halal Menteri Agama Republik Indonesia.
- A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitaitaif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. (Jakarta : Pramedia Group, 2014): 34
- Alfian, Ian, and Muslim Marpaung. “Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan.” *AT-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2017): 130.
- . “Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan.” *At-Tawassuth* 2, no. 1 (2017): 128. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth>.
- Angraini, Novie Putri, and Sri Suryoko. “Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepusan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 7, no. 3 (2018): 359–369.
- Aprilyanti, Selvia. “Pengaruh Usia Dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Kasus: PT. Oasis Water International Cabang Palembang).” *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri* 1, no. 2 (2017): 70.
- Cahya, E V A. “KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SONY XPERIA Z SERIES DI COUNTER INSIGHT PLAZA MARINA SURABAYA” (n.d.): 8.
- Furqon, Imahda Khoiri. “Teori Konsumsi Dalam Islam.” *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2018): 8–9.
- Hamid, Abdul. “Teori Konsumsi Islam Dalam Peningkatan Ekonomi Umat.” *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* (2018): 206–207.

- Irrubai, Mohammad Liwa. "Strategi Labeling, Packaging Dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga Di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat." *Society* 6, no. 1 (2015): 18.
- Ishak, Khodijah. "Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 6, no. 1 (2017): 47.
- Kumbara, Vicky Brama. "Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 5 (2021): 604–630.
- Maharani, Dewi, and Taufiq Hidayat. "Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 410.
- Najoan, Jecqueline Fritzie, Lyndon R J Pangemanan, and Ellen G Tangkere. "Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pertanian Kabupaten Minahasa." *Agri-Sosioekonomi* 14, no. 1 (2018): 15.
- Nurnaningtias, Meiliana, and Muhammad Aswad. "PENGARUH LABELISASI HALAL DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN PADA GENERASI Z DI KABUPATEN TULUNGAGUNG." *AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi* 5, no. 1 (2022): 32.
- Nuryadin, Muhammad Birusman. "Harga Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Mazahib* 4, no. 1 (2007): 90.
- Pratama, Silvi Agusviani, and Yulida Army Nurcahya. "PENGARUH LABELISASI HALAL DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN OLEH KONSUMEN MUSLIM DI MAGELANG." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* 19, no. 01 (2022): 6.
- PUTRI, ARMELIANA. "PENGARUH LABELISASI HALAL PADA RUMAH MAKAN AYAM PAK USU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN." Fakultas Ekonomi & Bisnis, 2019.

- Rakhi, Hayet. "Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik: Studi Kasus Kota Pontianak." *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2019).
- Repi, Mayvita I M P, Joanne V Mangindaan, and Dantje Keles. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji Di KFC Tomohon." *Productivity* 2, no. 2 (2021): 158.
- Salwa, Dina Kurnia. "Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya." *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 3, no. 02 (2019): 174.
- Saputra, Ridho. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru," no. Universitas Islam Riau (2020): 12.
- Subianto, Totok. "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 3, no. 3 (2007): 177.
- Susanti, Era, Nilam Sari, and Khairul Amri. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)." *EKOBIS SYARIAH* 2, no. 1 (2021): 50.
- Tengku Putri Lindung Bulan. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang." *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam* 5, no. 1 (2016): 430.
- Trifiyanto, Kabul. "MASA DEPAN PRODUK LOKAL: ANALISIPENGARUH ETNOSENTRIS KONSUMEN, DISAIN KEMASAN DAN PERSEPSI LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIANPRODUK LOKAL." *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi* 17, no. 2 (2018): 15–24.
- Widana, I Wayan, and Ni Putu Lia Muliani. "Uji Persyaratan Analisis." *Klik Media*, 2020.
- Zein, S Zein, L Yasyifa Yasyifa, R Ghazi Ghazi, Eerwin Harahap, F

H Badruzzaman, and Deni Darmawan. "Pengolahan Dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi SPSS." *Teknologi Pembelajaran* 4, no. 2 (2019).

