

Submitted 2024-10-06 | Reviewed 2025-01-06 | Revised 2025-02-16 | Accepted 2025-02-20

## **Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Impor di Kota Makassar**

The Influence of Halal Labeling on Decisions to Purchase Imported Food in Makassar City

**Nurul Izzah<sup>1\*</sup>**

Email: [nurulizzahhh010601@gmail.com](mailto:nurulizzahhh010601@gmail.com)

Universitas Muhammadiyah Makassar

**Idham Khalid<sup>2</sup>**

Email: [idhamkhalid339@gmail.com](mailto:idhamkhalid339@gmail.com)

Universitas Muhammadiyah Makassar

**Sri Wahyuni<sup>3</sup>**

Email: [sriwahyuni@unismuh.ac.id](mailto:sriwahyuni@unismuh.ac.id)

Universitas Muhammadiyah Makassar

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian makanan impor dalam hal ini makanan impor yang dimaksud adalah Mi Samyang di Kota Makassar. Sampel ini diambil dari 400 masyarakat muslim di Kota Makassar. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dengan observasi dan penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan dalam mengumpulkan data meliputi data primer dan data sekunder. Jumlah sampel yang digunakan adalah 400 responden diperoleh dengan menggunakan rumus *slovin*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS versi 24. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa labelisasi halal (X) berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian (Y) makanan impor Mi Samyang di kota Makassar, Dimana konsumen lebih cenderung memilih makanan impor yang telah berlabel halal. Oleh karena itu penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi pengusaha makanan impor dan regulator pangan dalam meningkatkan keamanan dan kepercayaan konsumen.

**Kata Kunci:** Labelisasi Halal, Keputusan Pembelian, Makanan Impor

### **Abstract**

*The purpose of this study was to determine the effect of halal labeling on purchasing decisions for imported food, in this case the imported food in question is Mi Samyang in Makassar City. This sample was taken from 400 Muslim communities in Makassar City. The type of data used in this study is quantitative data obtained from questionnaires distributed by observation and distributing questionnaires. In this study, the data sources used in collecting data include primary data and secondary data. The number of samples used was 400 respondents obtained using the slovin formula. The data analysis technique used is simple linear regression using SPSS version 24. The results of this study indicate that halal labeling (X) has a positive*

*effect on purchasing decisions (Y) of imported Mi Samyang food in Makassar city, where consumers are more likely to choose imported food that has been labeled halal. Therefore, this research can be used as a reference for imported food entrepreneurs and food regulators in increasing consumer safety and trust.*

**Keywords:** *Halal Label, Purchasing Decision, Imported Food.*

## **PENDAHULUAN**

Memasuki Era globalisasi dan perdagangan bebas telah memungkinkan kita untuk lebih mudah berinteraksi dan berbisnis dengan negara-negara lain serta meningkatnya persaingan dalam kegiatan produksi barang dan jasa mengakibatkan kegiatan impor sudah menjadi sebuah keharusan bagi beberapa negara untuk saling memenuhi kebutuhan masing-masing wilayah atau suatu negara (Fauzin, 2021). Kegiatan impor merupakan sebuah kegiatan membeli barang atau jasa dari suatu wilayah ke wilayah atau negara tertentu. Kegiatan impor dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dari negara yang belum bisa menghasilkan sebuah produksi barang atau jasa sehingga memerlukan pasokan dari negara lain (Azzahra et al., 2022).

Makassar merupakan pusat perdagangan dan distribusi pangan impor karena letak geografisnya yang menguntungkan, sehingga memudahkan akses ke banyak pulau di Indonesia. Pelabuhan Ujung Pandang yang menjadi titik pusat dalam impor makanan ke Sulawesi Selatan. Berbagai ragam jenis makanan impor yang dapat ditemui di pasar tradisional maupun pasar modern salah satunya yang sedang beredar dikalangan masyarakat adalah Mi Samyang dari Korea Selatan. Saat ini, Indonesia menghadapi tantangan dalam perdagangan bebas yang terbawa oleh produk asing tidak jelas kualitasnya, sehingga masyarakat Muslim harus lebih berhati-hati dan selektif dalam memilih produk makanan halal untuk memenuhi kebutuhan mereka (Djakasaputra et al., 2023). Industri makanan halal telah menjadi salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi pada skala global, terutama dengan meningkatnya populasi Muslim di seluruh dunia, sehingga industri ini berpotensi menjadi bisnis yang sangat menjanjikan (Abdullah & Slamet Rusydiana, 2024). Tidak hanya negara-negara yang beragama Islam yang memprioritaskan produk halal, namun juga negara-negara yang bukan beragama Islam dan minoritas Muslim lainnya melihat isu halal sebagai salah satu cara meningkatkan daya saing dan keunggulan kompetitif (Bahrudin et al., 2024). Dalam rangka mengawasi produk impor yang masuk ke wilayah Makassar maka pemerintah daerah senantiasa memperketat pengawasan dan kontrol terhadap perdagangan dan distribusi demi menjaga kualitas dan keamanan pangan impor. Hal ini dilakukan untuk memastikan makanan yang dibawa ke Kota Makassar berkualitas tinggi, bersertifikat halal, serta bebas pestisida dan pengawet berbahaya. Mengenai makanan yang dikonsumsi tentunya sebagai masyarakat muslim memiliki beberapa pertimbangan yang menjadi dasar untuk memilih makanan yang layak dikonsumsi (Munir & Masyhuri, 2021). Dalam memilih makanan rasa mungkin menjadi faktor terpenting sedangkan aspek kehalalannya tidak menjadi perhatian, akan tetapi sebagai konsumen muslim yang menganut syariat Islam tentunya harus memperhatikan aspek kehalalan sebuah produk sebelum dikonsumsi apakah

memenuhi standar halal menurut syariat islam atau tidak, oleh karena itu Islam mengatur dan memberikan rambu-rambu terkait hal yang halal dan haram untuk dikonsumsi (Syarif, 2020). Label halal merupakan sebuah sinyal bagi masyarakat muslim untuk mengetahui apakah produk makanan telah melalui proses halal dan haram dan tidak mengandung bahan haram (Harahap, 2020).

Sejauh ini beberapa penelitian tentang pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif artinya benar bahwa label halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya (Anastasya, dkk 2023), Dimana pada penelitian tersebut menyatakan bahwa label halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk snack Jepang (Anastasya, dkk 2023).

Selain itu, adapun kebaharuan dari penelitian ini dengan judul penelitian “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Impor Di Kota Makassar”. Kota Makassar adalah sebuah kota besar dan ramai yang berada di Sulawesi Selatan, Indonesia. Makassar merupakan salah satu pusat utama distribusi pangan impor karena posisinya sebagai kota besar di Sulawesi Selatan dan pusat wilayah operasional (Operasional Pemerintah Daerah Kota, KPDO). dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Anastasya, dkk 2023) dengan judul penelitian “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Makanan (*Snack*) Jepang Di Surabaya. *Novelty* dari penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada produk yang diteliti, dimana penelitian ini meneliti tentang pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian makanan impor dalam hal ini Mi Samyang yang merupakan salah satu merek mie Korea yang paling populer di Indonesia dan beberapa negara lain. Muncul pertanyaan Mengapa yang diteliti adalah Mi Samyang? “Bahan-bahan yang tidak halal dalam pembuatan Mi Samyang” Berangkat dari fenomena tersebut MUI (2019 mengeluarkan fatwa), Mi Samyang tidak termasuk dalam kategori makanan yang halal karena MSG, pewarna dan bahan pengawet yang digunakan tidak sesuai dengan syariat Islam. Kemudian jumlah responden dalam penelitian ini sebesar 400 orang dengan perhitungan sampel menggunakan rumus slovin dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Anastasya, dkk 2023) produk yang diteliti adalah label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan *Snack* Jepang dengan objek penelitian adalah konsumen atau masyarakat yang telah membeli produk makanan (*Snack*) jepang di Surabaya dengan responden sebanyak 100 orang yang diperoleh dengan menggunakan rumus Bernoulli.

Penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan penelitian lain, dalam hal ini penelitian ini mengukur sampel yang lebih banyak yakni 400 responden. Kemudian yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim Kota Makassar yang telah mengonsumsi makanan impor dalam hal ini Mi Samyang. Tujuan artikel ini untuk mengetahui dan mengukur sejauh mana labelisasi halal sebagai variabel X berpengaruh terhadap keputusan pembelian yakni variabel Y.

## KAJIAN LITERATUR

### Teori Labelisasi Halal

Labelisasi halal adalah tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menandakan bahwa produk tersebut berstatus halal (Aisy & Muljaningsih, 2022). Label halal merupakan pencantuman tulisan halal pada kemasan produk untuk menandakan bahwa produk tersebut halal dan dapat dikonsumsi. Label halal adalah proses menambahkan label atau simbol khusus pada produk makanan dan minuman untuk menunjukkan bahwa produk tersebut sudah melalui proses halal sebagai persyaratan untuk pengonsumsi masyarakat yang beragama Islam (Kartika, 2020).

Menurut Yusuf Qardhawi (2000) dalam (Firdayani & Sholichah, 2023), halal adalah sebuah konsep dalam agama Islam yang mengharuskan seseorang untuk menghindari makanan dan minuman yang dianggap tidak sesuai dengan syariat, label halal diperlukan untuk mempermudah masyarakat beragama Islam dalam memilih produk yang sesuai dengan syarat-syarat halal sebagai salah satunya untuk menjamin kesehatan dan keselamatan hidup. Label halal memiliki tujuan untuk memberikan perlindungan bagi konsumen utamanya konsumen muslim agar terhindar dari produk yang dilarang syariah serta meningkatkan persaingan dalam negeri untuk meningkatkan pendapatan nasional (Septin et al., 2023).

Pengertian halal menurut Departemen Agama yang dimuat dalam keputusan Menteri Agama No 518 Tahun 2001 tentang pemerintah dan penetapan pangan halal adalah tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat islam, dan pengelolaannya tidak bertentangan dengan syariah islam.

Adapun ayat yang menjelaskan tentang halal sesuai dengan firman Allah pada QS. Al-Maidah/5: 88

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

Terjemahnya:

“Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman.” (QS. Al - Maidah/5: 88)

Pada ayat ini Allah memerintahkan kepada kita sebagai umat muslim untuk memakan makanan yang halal dan baik, serta bertawakkal kepadanya. Istilah halal pada ayat tersebut bukan hanya mengacu pada cara mendapatkannya, tetapi juga berkaitan dengan kandungan zat serta manfaat yang akan diperoleh tubuh kita ketika telah mengonsumsinya. Adapun hadist yang menjelaskan terkait halal dan haram dimana pada hadist tersebut Nabi Muhammad SAW bersabda:

إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ

Artinya:

“Sungguh perkara halal itu jelas, dan perkara haram itu juga jelas. Antara keduanya ada perkara syubhat yang tidak diketahui oleh banyak orang. Siapa yang menjauhkan dirinya dari perkara syubhat maka telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. siapa yang terjerumus dalam perkara syubhat maka ia terjerumus dalam perkara haram” (HR. Bukhari dan Muslim).

Hadis tersebut mendorong manusia pada perbuatan yang halal, menjauhi perbuatan yang haram dan meninggalkan perkara-perkara syubhat atau tidak jelas kehalalannya mendorong agar senantiasa menjaga agama dan kehormatan, serta mendorong untuk tidak melakukan perkara yang memancing buruk sangka dan menjerumuskan pada larangan.

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 mengenai Label halal dan Iklan Pangan menyatakan bahwa label halal adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang tertera pada pangan, dimasukkan, ditempelkan, atau bagian dari kemasan pangan.

Adapun bentuk logo halal terbaru dalam keputusan Kepala BPJPH No 40 Tahun 2022 tentang penetapan label halal sebagai berikut:

### **Gambar 1**

Label Halal Resmi oleh MUI



Sumber: Label Halal Indonesia

Menurut Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menyatakan bahwa yang dimaksud dengan label halal merupakan tanda untuk kehalalan sebuah produk, kemudian Undang-undang tersebut diubah menjadi Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 yang didalamnya terkait pasal-pasal yang mewajibkan pelaku usaha mikro dan kecil untuk memiliki sertifikat halal bagi produk olahannya. Hal itu sejalan dengan tujuan penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia untuk menghadirkan kenyamanan, keselamatan, keamanan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam menggunakan dan mengonsumsi sebuah produk (UU NO 33 Tahun 2014).

### Indikator Label Halal

Indikator label halal menurut (Iltiham & Nizar, 2019) terbagi menjadi tiga yakni pengetahuan, kepercayaan, penilaian terhadap label halal, berikut penjelasannya:

1. Pengetahuan, adalah kemampuan individu atau kelompok untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mengorganisasikan pengetahuan, pemahaman dan pengalaman yang diperoleh.
2. Kepercayaan, adalah perasaan yang mendekati pujian atau keyakinan terhadap sesuatu atau siapapun termasuk kebijakan, kebijaksanaan, atau kepemimpinan.
3. Penilaian terhadap label halal, adalah proses menganalisis dan memutuskan apakah suatu barang atau jasa memenuhi standar yang ditetapkan oleh ajaran Islam dan dianggap halal untuk memastikan kepercayaan terhadap sebuah produk barang atau jasa yang dianggap halal dan bersih.

### Teori Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dalam (Erwin et al., 2021) keputusan pembelian merupakan sebuah tahapan dimana konsumen telah mendapatkan pilihan dan siap untuk melakukan transaksi pembelian atau pertukaran janji dan uang dalam membayar hak kepemilikan barang dan jasa antara pembeli dan konsumen.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen mengetahui bahwa sebuah produk atau barang yang diyakini dapat memuaskan dirinya dan menganggap menguntungkannya, sebelum memutuskan pembelian produk mencari informasi dan mengevaluasi produk atau barang dan memecahkan masalahnya yang kemudian mengacu pada keputusan pembelian (Erwin et al., 2021).

Terdapat aturan di dalam alquran yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Isra/17 :29

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Terjemahnya:

“Janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (kikir) dan jangan (pula) engkau mengulurkannya secara berlebihan sebab nanti engkau menjadi tercela lagi menyesal.” (QS. Al-Isra/17 :29)

Pada ayat diatas menjelaskan bahwa dalam rangka membelanjakan harta sikap yang terbaik yang dapat dilakukan adalah bersikap seimbang, wajar, dan setara. Adapun Imam al-Baihaq meriwayatkan sebuah hadis dari Ibnu Abbas bahwa Rasulullah SAW bersabda:

الِإِقْتَصَادُ فِي النَّفَقَةِ نِصْفُ الْمَعِيشَةِ

Artinya:

Berlaku hemat dalam membelanjakan harta, separuh penghidupan.

Makna dari hadis diatas artinya dalam melakukan pembelian sebagai seorang muslim kita dianjurkan untuk tidak boros dan mubazir juga dalam membelanjakan harta baiknya sesuai kebutuhan bukan keinginan.



### **Indikator Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler & Keller (2007) dalam (Pratiwi & Tjahjaningsih, 2020) terdapat beberapa indikator dalam keputusan pembelian antara lain:

1. Cepat dalam memutuskan, artinya melihat apakah konsumen cepat dan gesit dalam memutuskan keputusan pembelian produk
2. Pembelian sendiri, artinya melihat apakah keputusan pembelian yang diambil konsumen berdasarkan kemauannya sendiri.
3. Memilih karena keunggulan produk, artinya keputusan pembelian yang dilakukan adalah karena melihat dari keunggulan yang dimiliki produk tersebut.
4. Keyakinan atas pembelian, artinya keputusan pembelian dilakukan oleh konsumen yakin dan tidak ada keraguan.
5. Pengenalan masalah, adalah proses konsumen mengenali adanya kekurangan atau kebutuhan yang tidak terpenuhi. Kekurangan ini dapat berupa kebutuhan akan produk atau jasa, atau kebutuhan untuk mengatasi hambatan. Dalam proses ini konsumen mempertimbangkan cara untuk mengatasi kekurangan tersebut dan apa yang dibutuhkan untuk mengatasi kekurangan tersebut.

### **Teori Makanan Impor**

Menurut Brata dalam (Sutardi et al., 2019) makanan impor adalah makanan yang diolah dari negara yang memproduksi barang kemudian di impor ke suatu wilayah atau negara yang membutuhkan barang tersebut. kegiatan impor dilakukan oleh beberapa negara yang membutuhkan pasokan barang yang tidak dapat di produksi dari negaranya. Impor adalah kegiatan memasukkan barang dari luar wilayah Indonesia atau biasa disebut dengan negara pabean ke dalam wilayah Indonesia atau dalam pabean. Maka dapat disimpulkan bahwa impor adalah setiap barang yang dimasukkan dari luar negara Indonesia baik itu dengan cara legal maupun illegal.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yakni peneliti ingin menjelaskan dan mengetahui pengaruh variabel X (labelisasi Halal) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) di Kota Makassar. Populasi pada penelitian ini sebanyak 1.310.005 masyarakat muslim yang tercatat pada *Website* Disdukcapil Sulawesi Selatan tahun 2023 dan Adapun sampel yang diperoleh dengan menggunakan rumus slovin adalah 400 sampel. Metode pengambilan sampel menggunakan Teknik *Simple Random Sampling*, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden secara acak sesuai dengan area atau wilayah tertentu. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner dan data sekunder diperoleh dari menggunakan buku dan artikel.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana teknik ini digunakan karena hanya mengukur dua variabel yakni variabel X (labelisasi halal) dan variabel Y (keputusan pembelian), kemudian metode analisis datanya meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik seperti uji normalitas *Kolmogorof-Smirnov*, uji *P-Plot*, uji *Histogram*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana sebagai alat untuk

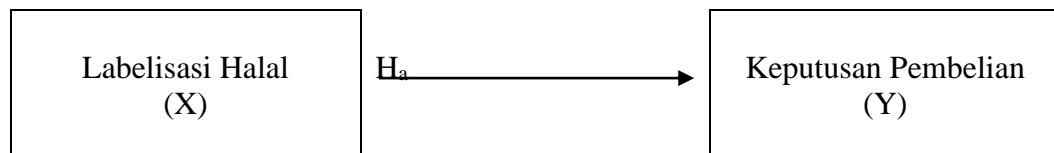
mengeksplorasi hubungan antara labelisasi produk halal dengan keputusan konsumen membeli produk makanan impor Mi Samyang di Kota Makassar.

Menurut (Sugiyono, 2019), Hipotesis merupakan dugaan sementara atau sesuatu yang dapat diuji, maka dari itu dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis juga dapat dikatakan sebagai gambaran perkiraan rumusan penelitian dan didukung oleh teori yang relevan. Berikut hipotesis pada penelitian ini:

Ha: Terdapat pengaruh labelisasi halal dengan keputusan pembelian produk makanan impor Mi Samyang di Kota Makassar.

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara label halal dengan keputusan pembelian produk makanan impor Mi Samyang di Kota Makassar.

**Gambar 2**  
Kerangka Pikir



## PEMBAHASAN

### Deskripsi Data (Profil demografi responden)

Analisis deskriptif metode analisis yang digunakan untuk mengetahui hasil dari tanggapan responden terhadap pernyataan setiap variabel yang diajukan dalam bentuk kuesioner. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mengidentifikasi beberapa aspek penting, adapun analisis deskriptif dalam penelitian ini yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan.

**Tabel 1**

Responden Berdasarkan Usia

Usia	N	%
16-25	379	94,8
26-35	19	4,8
36-45	0	0
46-55	1	0,3
>65	1	0,3
Total	400	100

Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan usia 16-25 tahun sebesar 94,8% atau sebanyak 379 orang, responden dengan usia 26-35 tahun sebesar 4,8% atau sebanyak 19 orang, responden dengan usia 36-45 tahun sebesar 0% atau tidak memiliki jumlah konsumen, responden dengan usia 46-55 tahun sebesar 0,3% atau sebanyak 1 orang, responden dengan usia >65 tahun sebesar 0,3% atau sebanyak 1 orang. Dari penjelasan tersebut dapat



disimpulkan bahwa mayoritas pembeli Mi Samyang di Kota Makassar adalah masyarakat yang berusia 16-25 tahun.

**Tabel 2**

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	N	%
Laki-laki	74	18,5
Perempuan	326	81,5
Total	400	100

Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel 2 di atas diketahui bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin Laki-laki sebesar 18,5% atau sebanyak 74 orang, dan jumlah responden dengan jenis kelamin Perempuan sebesar 81,5% atau sebanyak 326 orang. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pembeli Mi Samyang di Kota Makassar adalah Perempuan.

**Tabel 3**

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	n	%
PNS	5	1,3
Karyawan Swasta	17	4,3
Wiraswasta	15	3,8
Mahasiswa	327	81,8
Pelajar	29	7,3
Lainnya	7	1,8
Total	400	100

Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui bahwa jumlah responden dengan pekerjaan PNS(Pengawai Negeri Sipil) sebesar 1,3% atau sebanyak 5 orang, responden dengan pekerjaan karyawan swasta sebesar 4,3% atau sebanyak 17 orang, responden dengan pekerjaan wiraswasta sebesar 3,8% atau sebanyak 15 orang, responden dengan pekerjaan mahasiswa sebesar 81,7% atau sebesar 327 orang, responden dengan pekerjaan pelajar sebesar 7,3% atau sdebanyak 29 orang, dan responden dengan pekerjaan selain yang disebutkan adalah sebesar 1,8% atau sebanyak 7 orang. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pembeli Mi Samyang di Kota Makassar adalah yang bekerja sebagai mahasiswa.

**Tabel 4**

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	n	%
<1.000.000	282	70,5
1.000.000-3.000.000	83	20,8
3.000.001-5.000.000	29	7,3
>5.000.000	6	1,5

Total	400	100
-------	-----	-----

Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel 4 di atas diketahui bahwa responden dengan pendapatan <1.000.000 sebesar 70% atau sebanyak 282 orang, responden dengan pendapatan 1.000.000-3.000.000 sebesar 20% atau sebanyak 83 orang, responden dengan pendapatan 3.000.001-5.000.000 sebesar 7,3% atau sebanyak 29 orang, dan responden dengan pendapatan >5.000.000 sebesar 1,5% atau sebanyak 6 orang. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pembeli Mi Samyang di kota Makassar memiliki pendapatan <1.000.000.

### Uji Persyaratan Analisis

#### Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu teknik atau instrument yang digunakan dalam mengukur atau memastikan data tepat dan relevan dengan hasil yang diinginkan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data kuesioner valid atau tidak. Validnya kuesioner dapat dilihat dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dan nilai  $r_{tabel}$ . Dalam derajat kebebasan(df) menggunakan rumus:

$$df = n - 2$$

Keterangan:

df = derajat bebas

n = jumlah sampel

penyelesaian:

$$df = n - 2$$

$$df = 400 - 2$$

$$= 398$$

**Tabel 5**  
Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Label Halal (X)</b>	X1	0,694	0,098	Valid
	X2	0,869	0,098	Valid
	X3	0,865	0,098	Valid
	X4	0,855	0,098	Valid
	X5	0,776	0,098	Valid
	X6	0,711	0,098	Valid
	X7	0,848	0,098	Valid
	X8	0,807	0,098	Valid
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Y1	0,620	0,098	Valid
	Y2	0,643	0,098	Valid
	Y3	0,760	0,098	Valid
	Y4	0,777	0,098	Valid
	Y5	0,786	0,098	Valid
	Y6	0,772	0,098	Valid
	Y7	0,700	0,098	Valid
	Y8	0,769	0,098	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa jumlah nilai  $r_{hitung}$  dari semua butir pernyataan lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang terdapat pada kuesioner dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reabilitas pada penelitian bertujuan untuk membandingkan dan mengukur hasilnya tetap konsisten setelah diuji atau dilakukan berulang-ulang terhadap sebuah subjek penelitian dengan menggunakan alat ukur yang sama, pernyataan kuesioner dikatakan tidak reliabel apabila diukur *Cronbach's Alpha*  $< 0,60$ . Begitupun sebaliknya kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jika *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  (Sanaky et all, 2021). Pada perhitungan uji reliabilitas ini menggunakan SPSS 24 *for windows*, berikut adalah tabel uji reliabilitas dalam penelitian ini:

**Tabel 6**  
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Label Halal (X)	0,917	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,872	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel 6 di atas diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel  $> 0,60$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

### Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah teknik statistik yang digunakan untuk mengecek suatu nilai atau data berada dalam distribusi yang dianggap normal. Uji normalitas yang digunakan adalah, uji normalitas *P-Plot* yaitu metode statistik yang digunakan untuk mengecek dua variabel atau lebih memiliki hubungan secara linier dengan melihat penyebaran titik pada data dari sumber diagonal sebuah grafik dan apabila titik menyebar di area diagonal dan mengikuti arah diagonal tersebut maka model dari regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas, Histogram dikatakan normal apabila distribusi data membentuk lonceng dan tidak condong ke kiri serta kanan, dan *Kolmogorof-Smirnov* dengan memiliki ketentuan apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal begitupula sebaliknya apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal (Kolmogorov 1933 dan Smirnov 1939 dalam Sari., et all 2020)

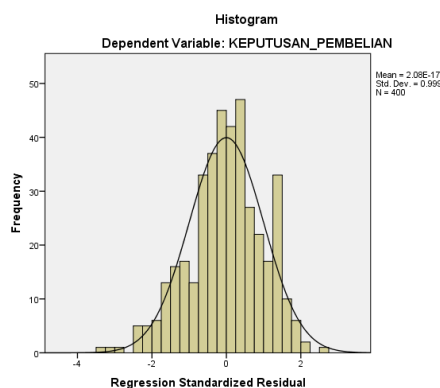
**Tabel 7**  
Uji Kolmogorov-Smirnov  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
<b>N</b>		400
<b>Normal Parameters a,b</b>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.56075014
<b>Most Extreme Differences</b>	Absolute	.044
	Positive	-.044
	Negative	.044
<b>Test Statistic</b>		.057 <sup>c</sup>
<b>Asymp. Sig. (2-Tailed)</b>		

- a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.  
Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* di atas diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig.* adalah  $0,057 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

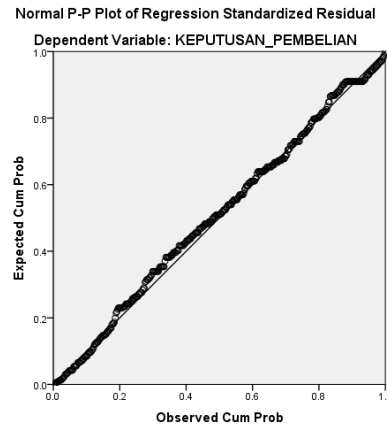
**Gambar 3**  
Uji Histogram



Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan gambar grafik *Histogram* di atas menunjukkan pola distribusi mendekati normal, hal ini dikarenakan pola distribusi yang tidak condong ke kanan maupun ke kiri (Sugiyono, 2019)

**Gambar 4**  
Hasil Uji Normalitas Normal *Probability-Plot*



Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan gambar diatas grafik *Normal P-P Plot* di atas diketahui bahwa titik-titik menyebar di area garis diagonal dan mengikuti garis diagonal (Sugiyono, 2019). Maka disimpulkan bahwa model regresi atau hasil uji *normal P-P Plot* dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linier Sederhana yang mana digunakan untuk menganalisa pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berikut tabel hasil uji regresi linier sederhana:

**Tabel 8**  
Uji Analisis Regresi Linier Sederhana  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresi on	4371.624	1	4371.624	209.643	.000 <sup>b</sup>
	Residual	8299.376	398	20.853		
	Total	12671.000	399			

a. Dependent Variable: keputusan\_pembelian

b. Predictors: (Constant), label\_halal

Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel 8 di atas diketahui bahwa nilai  $f_{hitung} = 209,643$  dengan Tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  (nilai error/ *level of signficancy* ( $\alpha$ ) dari  $5\% = 0,05$ ), maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel label halal (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa lable halal memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan impor Mi Samyang di Kota Makassar, jadi dapat

diartikan bahwa keputusan pembelian masyarakat akan semakin meningkat apabila Mi Samyang memiliki label halal

### Uji Hipotesis

#### Uji Koefisien Determinansi ( $R^2$ )

Menurut (Pasaribu et al., 2021), Uji determinansi  $R^2$  menggambarkan kemampuan variabel dependen, tujuannya untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinansi 0 dan 1. Kemampuan semua variabel terbatas apabila nilai koefisien determinansinya mendekati 0, sedangkan variabel independent bertujuan untuk memberikan informasi yang dijelaskan variabel dependen jika nilainya mendekati 1.

**Tabel 9**  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 <sup>a</sup>	.345	.343	4.566

a. Predictors: (Constant), label\_halal

b. Dependent Variable: keputusan\_pembelian

Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel 9 di atas menjelaskan besarnya output tersebut diperoleh koefisien determinansi (*R Square*) sebesar 0,345 yang artinya bahwa pengaruh variabel bebas yakni label halal terhadap variabel tetap yakni keputusan pembelian adalah sebesar 34,5%. Sisanya 65,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

### Uji T (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel bebas secara individu dalam menjelaskan variabel terikat. Dalam uji signifikansi parsial memiliki beberapa ketentuan (Pasaribu et al., 2021):

1. Apabila signifikansi < 0,05 atau  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Begitupula sebaliknya apabila signifikansi > 0,05 atau  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat secara individual.

Berikut hasil dari uji t (uji signifikansi parsial) pada tabel di bawah ini:

**Tabel 10**  
Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.433	1.408		7.410	.000



label_halal	.586	.041	.587	14.479	.000
-------------	------	------	------	--------	------

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian  
 Sumber: Data diolah SPSS 24, 2024

Adapun Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Ha: Terdapat pengaruh labelisasi halal dengan keputusan pembelian produk makanan impor Mi Samyang di Kota Makassar.

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara label halal dengan keputusan pembelian produk makanan impor Mi Samyang di Kota Makassar

Kriteria pengujian:

1. Rumus persamaan regresi linier sederhana:

$$Y = a + bX$$

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Label Halal

Penyelesaian:

$$Y = a + bX$$

$$= 10.433 + 0.586 X$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas maka disimpulkan:

- Apabila labelisasi halal (X) tidak ada (yaitu  $X=0$ ), maka keputusan pembelian Mi Samyang (Y) sebesar 10.433.
- Setiap unit perubahan labelisasi halal (X) akan meningkatkan keputusan pembelian Mi Samyang (Y) sebesar 0.586 unit.

Dengan demikian, koefisien regresi b sebesar 0.568 menunjukkan bahwa setiap labelisasi halal yang diberikan akan meningkatkan Keputusan pembelian Mi Samyang secara signifikan.

2. Dengan *level of signficancy* ( $\alpha$ ) = 0,05

3. *Degree of freedom* (df) = (n - k - 1) atau (400 - 1 - 1) = 398

4. Maka diperoleh  $t_{tabel} = 0,025$ ,  $398 = 1,996$  (diperoleh dari  $t_{tabel}$ )

5. Ho diterima dan Ha ditolak, apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau Sig. >  $\alpha$

6. Ho ditolak dan Ha diterima, apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau Sig. >  $\alpha$

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variabel label halal adalah 14,479 >  $t_{tabel}$  1,996 dengan nilai signifikansi  $0,000 < \alpha$  (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya label halal memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk makanan impor Mi Samyang di Kota Makassar

## Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Impor di Kota Makassar” diperoleh sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat muslim Kota Makassar dimana di Kota Makassar merupakan pusat perdagangan impor makanan terbesar dan utama di Sulawesi Selatan yang berpotensi untuk dilakukan pengamatan sebelum dikirim ke daerah atau wilayah tertentu di Sulawesi Selatan. Hal ini sejalan dengan aturan pemerintah “Wajib Halal 2024” yang diselenggarakan oleh BJPH (Badan Jaminan Produk Halal)

yang berlangsung sampai 17 oktober 2024 mendatang, hal ini membuktikan bahwa pentingnya label halal terhadap suatu produk sebelum dikonsumsi oleh masyarakat (Isnaniah et al, 2024)

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa labelisasi halal (X) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) makanan impor Mi Samyang di kota Makassar. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 14,479 sementara itu  $t_{tabel}$  sebesar 1,996 dengan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,000 dan nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 atau 5%. Hal ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  dan nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dibandingkan dengan nilai  $\alpha$  (0,05). Maka hal tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,345. yang artinya bahwa pengaruh variabel bebas yakni label halal terhadap variabel tetap yakni keputusan pembelian adalah sebesar 34,5%. Sedangkan untuk sisanya 65,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini karena responden tidak hanya mempertimbangkan label halal dalam keputusan pembelian namun juga mempertimbangkan faktor lain diluar pada penelitian ini. Dari hasil perolehan  $R Square$  tersebut maka dapat dikaitkan dengan penjelasan teori dari Chin (1998) dalam (Pasaribu et al., 2021) bahwa nilai  $R-Square$  dikategorikan kuat apabila lebih dari 0,67, kategori moderat apabila lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67, dan lemah apabila lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah dari 0,33. Dalam hasil uji  $R Square$  dalam penelitian ini diperoleh nilai  $R square$  sebesar 0,345 maka dapat disimpulkan bahwa jumlah  $R Square$  dalam penelitian ini termasuk pada kategori moderat. Hasil dari penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anastasya, dkk 2023) yang menghasilkan nilai  $R Square$  sebesar 0,385 atau sebesar 38,5% artinya hasil penelitian tersebut juga termasuk kategori moderat.

Kemudian dari hasil koefisien regresi label halal sebesar 0,586 menyatakan bahwa setiap terjadinya kenaikan nilai label halal sebesar satu satuan maka akan diikuti dengan keputusan pembelian sebesar 0,586. Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan label halal memberikan nilai positif yang memiliki kontribusi atau peluang besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim dalam melakukan pembelian Mi Samyang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya (Anastasya, dkk 2023), Dimana pada penelitian tersebut menyatakan bahwa label halal memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *snack* Jepang dengan signifikansi yang dihasilkan adalah 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 (Anastasya, dkk 2023), kemudian persamaan dengan penelitian tersebut, penelitian ini juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah sesuai dengan teori yang telah diambil dari penelitian yang relevan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian makanan impor di Kota Makassar dapat disimpulkan bahwa

Labelisasi halal adalah proses penandaan suatu produk yang berarti produk tersebut sesuai dengan hukum islam dan tidak mengandung bahan yang diharamkan. Labelisasi halal pada makanan impor di Kota Makassar berpengaruh signifikan pada keputusan konsumen membeli makanan impor Mi Samyang. Hal tersebut membuktikan keberadaan labelisasi halal menjadi faktor pertimbangan konsumen dalam membeli makanan impor sebelum dikonsumsi. Hal ini dibuktikan dengan Koefisien determinansi (R Square) sebesar 0,345 yang artinya bahwa pengaruh variabel bebas yakni label halal terhadap variabel tetap yakni keputusan pembelian adalah sebesar 34,5%. Sisanya 65,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, N. S., & Muljaningsih, S. (2022). 'Pengaruh Labelisasi Halal, Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Snack Kemasan (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)'. *JIMFEB: Brawijaya*.
- Abdullah, Y., & Slamet Rusydiana, A. (2024). *Halal Food Industry Development Strategies*. <https://journals.smartinsight.id/index.php/HFS>
- Amini, A., & Iqbal Fasa, M. (2022). *Urgensi Halal Food dalam Tinjauan Konsumsi Islami Urgensi Halal Food* (Vol. 2, Issue 2).
- Azzahra, F. R., Najamuddin Khairur Rijal, & Devita Prinanda. (2022). Dampak Ekspor-Impor terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas (KPPBP) Batam. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 69–82. <https://doi.org/10.52423/neores.v4i1.16>
- Bahrudin, Muh., Iqbal, M., Saefurrohman, G. U., & Walsh, J. (2024). Halal Food Industry: Reinforcing the Halal Product Assurance Organizing Body (BPJPH) in the Development of the Among Urban Muslim community in Indonesia. *Akademika: Jurnal Pemikiran Islam*, 29(1), 61. <https://doi.org/10.32332/akademika.v29i1.9039>
- Djakasaputra, A., Juliana, Aditi, B., Fachrurazi, & Mas'ad, M. A. (2023). The Influence of Halal Certification, Halal Awareness, and Brand Image on Interest in Buying Halal Food Products: An Empirical Study of Consumers in Indonesia. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 7(2), 103–115. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v7i2.2003>
- Sanaky, M. M., Saleh. L. M., Titaley. H. D., (2021). *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Maluku Tengah*. Jurnal simetrik: Ambon
- Erwin, Musmuliadi, & Inawati. (2021). *Keputusan Pembelian Interaktif*.
- Fauzin, F. (2021). 'Pengaturan Impor Pangan Negara Indonesia Yang Berbasis Pada Kedaulatan Pangan'. *Jawa Timur: Pamator Journal*.
- Firdayani, & Sholichah, I. U. (2023). *Urgensi Label Halal Pada Produk Makanan Perspektif Hukum Islam*. 6(1). <https://stai-binamadani.e-journal.id/Syarie>
- Harahap, R. S. P. (2020). 'Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Membeli Produk Makanan dan Minuman (Studi Kasus Lingkungan VI Kelurahan Nangka Binjai Utara)'. *Medan: At-Tawassuth*.

- Herudiansyah, G. (2019). *Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir*.
- Iltiham, M. F., & Nizar, M. (2019). *Label Halal Bawa Kebaikan*.
- Isnaniah, S., Agustina, T., Rochman, M. A., & Kusmanto, H. (2024). The Naming of Halal Food and Beverages: A Multimodal Semiology Study. *Studies in English Language and Education*, 11(1), 454–473. <https://doi.org/10.24815/siele.v11i1.30095>
- Kartika, A. F. (2020). Fenomena Label Halal is it a Awareness or Branding. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 87. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.915>
- Munir, M., & Masyhuri, M. (2021). The Strategy of Trade In The Halal Food Industry In Jember. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 35. <https://doi.org/10.36835/iqtishoduna.v10i1.902>
- Pasaribu, B., Aji, R. H. S., Utomo, K. W., & Herawaty, A. (2021). *'Statistika Ekonomi dan Bisnis'*. Jakarta: Edu Pustaka.
- Pratiwi, N. R., & Tjahjaningsih, E. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection di Semarang)*.
- Putri, G. E. (2021). *Faktor-faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-Commerce*.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). *Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta)*.
- Septin, T., Rahayu, M., & Handayani, R. (2023). 'Pengaruh Label Halal, Promosi di Media Sosial, dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow di Cilacap'. *Derivatif: Jurnal Manajemen*.
- Sugiyono. (2019). *'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r&d'*. Bandung: Alfabeta.
- Sutardi, I., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bengkalis, S. (2019). *Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal Pada Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah Di Kecamatan Bengalis Kabupaten Bengkalis*. 8(1), 77–88. <http://kbbi.web.id/>
- Syarif, M. H. (2020). 'Sertifikasi dan Labelisasi Halal pada Makanan dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam)'. *Jawa Tengah: Yudisia. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*. Jakarta. (n.d.).
- Winarno. (2013). *'Metodologi Penelitian dalam Pendidikan Jasmani'*. Malang:UM Press.