



Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pempek Dua Putri Pada Masyarakat Muslim Kota Jambi

Nurul Ismainy Putri

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Agustina Mutia

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Ogi Saputra

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Alamat: Jalan Raya Jambi-Ma Bulian

Simpang Sungai Duren

Korespondensi penulis: nurulismainyputrii@gmail.com

Abstract. *Currently, competition in the culinary business is getting tighter every day. This is evidenced by the large number of culinary businesses, one of which is MSMEs. Pempek Dua Putri is one of the MSMEs in Jambi City. Everyone has their own choices before deciding to buy a product. Halal labeling and product quality are one of the factors that influence consumer buying interest. This study aims to determine and analyze the effect of halal labeling and product quality on consumer buying interest in Pempek Dua Putri for Muslim communities in Jambi City.*

Keywords : *Halal Label, Product Quality, Purchase Interest.*

Abstrak. Saat ini persaingan usaha bisnis dibidang kuliner semakin ketat setiap harinya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya usaha kuliner salah satunya UMKM. Pempek Dua Putri merupakan salah satu UMKM yang ada di Kota Jambi. Setiap orang memiliki pilihan tersendiri sebelum memutuskan membeli suatu produk. Label halal dan kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen Pempek Dua Putri pada masyarakat muslim di Kota Jambi.

Kata Kunci : Label Halal, Kualitas Produk, Minat Beli

LATAR BELAKANG

Saat ini persaingan usaha bisnis semakin ketat salah satunya bisnis dibidang kuliner. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyak usaha kuliner seperti UMKM yang tersebar di berbagai kota di Indonesia tak terkecuali di Kota Jambi. Oleh karena itu, para pelaku

usaha kuliner dituntut untuk mampu memberikan kepuasan sesuai keinginan para konsumen salah satunya dengan cara berinovasi pada produk.

Minat beli merupakan suatu proses pemikiran yang membentuk persepsi menjadi suatu keinginan. Minat beli disebabkan oleh adanya perasaan yang muncul dari dalam diri konsumen sehingga memotivasi konsumen untuk memiliki suatu produk. Jika konsumen memiliki minat beli yang tinggi maka konsumen akan terdorong untuk melakukan pembelian. Sebaliknya jika konsumen memiliki minat beli yang rendah maka minat beli konsumen pada suatu produk menurun.

Menurut Sefrina Sinaga dalam menentukan minat beli didasari oleh keyakinan terhadap suatu produk serta kemampuan seseorang untuk membeli produk tersebut.¹ Menurut Nanda Bella Firdanty Shahnaz minat beli merupakan kemungkinan konsumen melakukan pembelian dengan cara mencari informasi dari berbagai sumber.² Sedangkan menurut Indika dan Jovita yang dimaksud minat beli yaitu suatu tindakan yang dilakukan konsumen sebelum mengambil keputusan pembelian suatu produk.³ Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa, minat beli adalah rangkaian kompleks suatu kegiatan yang melibatkan keinginan, ketertarikan, kebutuhan dan keputusan dalam menentukan pilihan suatu produk.

KAJIAN TEORITIS

1. Minat Beli

Menurut Ali Hasan minat beli adalah kecenderungan sikap konsumen untuk mengambil suatu tindakan atau membeli suatu merek yang berkaitan dengan pembelian

¹ Sinaga, Sefrina, *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Makeover pada Pengunjung Counter Makeover di Plaza Medan Fair*. 2018.

² Shahnaz, Nanda Bella Firdanty, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online," *Management Analysis Journal* 5 no 4 (2016), 389-399.

³ Deru R Indika dan Cindy Jovita, "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen," *Jurnal Bisnis Terapan* 1 no 1 (2017), 25-32.

dan dapat dinilai melalui tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.⁴ Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong minat beli merupakan tingkat ketertarikan atau kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk berdasarkan persepsi nilai, kebutuhan atau keinginan dan pengaruh lingkungan atau promosi.⁵ Sedangkan menurut Mowen, minat beli merupakan kecenderungan konsumen membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.⁶ Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat beli merupakan keinginan atau ketertarikan seseorang untuk membeli suatu produk sesuai dengan pilihan yang diinginkan.

2. Label Halal

Kata label berasal dari bahasa Inggris yang artinya nama atau memberi nama. Secara terminologi label merupakan kata-kata atau keterangan mengenai produk seperti label berisi komposisi, merek produk, cara pemakaian, cara penyimpanan, produsen, tempat produksi, berat netto dan *batch No.*⁷ Dari definisi yang ada dapat disimpulkan label adalah bagian penting dari suatu produk yang bertujuan memberikan informasi kepada konsumen dan membantu konsumen dalam menentukan keputusan minat beli suatu produk.

3. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong yang dimaksud kualitas produk yaitu kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya seperti ketepatan, mudahnya

⁴ Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan* (Yogyakarta: CAPS, 2013), 173.

⁵ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Principles of Marketing* Eighteenth Edision (Pearson Education, 2021), 167.

⁶ John C Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen* Jilid 5 (Jakarta: Erlangga, 2002), 10.

⁷ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep; Strategi dan Kasus* (Yogyakarta: CAPS, 2012).

pengoperasian, realibilitas, durabilitas, dan reparasi produk.⁸ Menurut Handoko, kualitas produk adalah penilaian barang yang sesuai dengan standar yang telah

ditetapkan. Jadi semakin suatu produk sesuai dengan standar yang ditetapkan maka produk tersebut semakin berkualitas.⁹

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang dilakukan menggunakan angka-angka dan di analisis menggunakan statistik.¹⁰

2. Jenis Penelitian

Untuk jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat. Penelitian ini banyak menggunakan angka dimulai dari proses pengumpulan data, penafsiran data dan menampilkan hasilnya. Dikesimpulan penelitian lebih baik jika ditambahkan gambar, tabel, grafik dan lain-lain.¹¹ Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di salah satu UMKM yang ada di Kota Jambi yaitu Pempek Dua Putri.

B. Lokasi dan Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

⁸ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ketujuh* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 283.

⁹ Handoko, *Manajemen* . Edisi Kedua, Cetakan Ketiga Belas (Yogyakarta: BPFE, 2013)

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* Cetakan ke 22 (Bandung: Alfabeta, 2015), 7.

¹¹ Sandu Siyoto dan M.Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 58.

Lokasi penelitian menjelaskan dimana peneliti tersebut melakukan penelitiannya. Penelitian ini dilakukan di Pempek Dua Putri tepatnya di Kelurahan Sulanjana Kecamatan Jambi Timur Kota Jambi.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian. Objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Objek penelitian skripsi ini adalah konsumen Pempek Dua Putri yaitu masyarakat muslim di Kota Jambi.

HASIL DAN PEMBAHASAN (Sub judul level 1)

a. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai r hitung secara keseluruhan mengenai pernyataan yang diujikan bernilai positif dan lebih besar dibanding nilai r tabel. Maka dapat disimpulkan, keseluruhan item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Realibilitas

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas, diperoleh *Cronbach's Alpha* memiliki nilai lebih besar dari 0,6 dari variabel label halal (X1), kualitas produk (X2) dan minat beli konsumen (Y) sehingga dapat disimpulkan semua variabel dinyatakan reliabel.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

grafik histogram tidak menjauhi kurva dan berbentuk melengkung, artinya model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

hasil uji multikolinieritas diperoleh nilai tolerance terhadap variabel label halal dan kualitas produk sebesar 0,759 artinya lebih besar dari 0,1, sedangkan nilai VIF variabel label halal dan kualitas produk sebesar 1,318 artinya lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel label halal dan kualitas produk pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

diketahui bahwa hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menyebar dimana tidak terdapat bentuk pola-pola tertentu seperti melengkung atau bergelombang serta nilainya berada diatas dan dibawah angka nol. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,295 + 0,109.X1 + 1,023.X2 + e$$

Angka yang diperoleh dari hasil pengolahan persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (α) = -0,295, artinya jika variabel label halal dan kualitas produk dianggap sama dengan nol (0) maka minat beli konsumen pempek dua putri sebesar -0,295.
- b. Nilai koefisien regresi label halal ($X1$) = 0,109 , artinya koefisien label halal bernilai negatif dimana terjadi pengaruh negatif dan tidak signifikan antara label halal dan minat beli konsumen.
- c. Nilai koefisien regresi kualitas produk ($X2$) = 1,023, artinya koefisien kualitas produk bernilai positif dimana terjadi pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan minat beli konsumen.

A. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Pempek Dua Putri

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di peroleh bahwa label halal tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung pada variabel label halal ($X1$) sebesar 1,018 dengan tingkat signifikan sebesar 0,311 yang artinya nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yakni ($1,018 < 1,983$) dan nilai signifikansi $0,311 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Kesimpulannya variabel label halal tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen Pempek Dua Putri pada masyarakat muslim di Kota Jambi.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pempek

Dua Putri

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan pada variabel kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Dengan nilai t hitung pada variabel kualitas produk (X_2) sebesar 7,290 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Artinya nilai t hitung lebih besar dari t tabel yakni ($7,290 > 1,983$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen Pempek Dua Putri pada masyarakat muslim di Kota Jambi.

2. Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pempek Dua Putri

Berdasarkan hasil uji F, dapat diketahui nilai signifikansi untuk label halal (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara simultan terhadap minat beli (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $> f$ tabel yakni $40,501 > 3,09$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara label halal dan kualitas produk secara simultan terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan hasil nilai R Square (R^2) adalah 0,455 atau 45,5%. Hasil ini menunjukkan bahwa 45,5% dipengaruhi variabel label halal dan kualitas produk terhadap variabel minat beli sedangkan sisanya sebesar 54,5% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Pempek Dua Putri bagi Masyarakat Muslim yang ada di Kota Jambi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang didapatkan adalah :

1. Label Halal menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Pempek Dua Putri pada masyarakat muslim di Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $< t$ tabel yakni $1,018 < 1,983$ dan nilai signifikan $0,311 > 0,05$. Artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Kualitas Produk menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Pempek Dua Putri pada masyarakat muslim di Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $> t$ tabel yakni $7,290 > 1,983$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Label Halal dan Kualitas Produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli konsumen Pempek Dua Putri pada masyarakat muslim di Kota Jambi. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi label halal dan kualitas produk (X) secara simultan terhadap minat beli konsumen (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai f hitung $> f$ tabel yakni $40,501 > 3,09$. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diperoleh yang mempengaruhi minat beli pada UMKM Pempek Dua Putri yaitu kualitas produk. Sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak atau implikasi kepada pihak-pihak tertentu, agar penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian atau riset akademisi dan sebagainya.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi UMKM Pempek Dua Putri

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan kepada UMKM Pempek Dua Putri untuk turut memperhatikan label halal, selain bertujuan untuk lebih meyakinkan umat Islam akan produk yang kita tawarkan saat ini pemerintah telah menetapkan aturan mewajibkan logo halal bagi para pelaku UMKM. Serta semakin baiknya kualitas produk yang dimiliki Pempek Dua Putri diharapkan dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

2. Bagi Peneliti

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk lebih spesifik dan dapat menggunakan lebih banyak variabel independen tidak hanya label halal dan kualitas produk saja melainkan faktor lain yang bisa mempengaruhi minat beli

konsumen dan relevan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

DAFTAR REFERENSI

Al-Qur'an

Ikatan Penerbit Indonesia. *Al-Qur'an al-Karim*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013.

Buku

- Ajzen, Icek dan Fishbein Martin, *The Influence of Attitudes On Behavior*. 2005.
- Assauri, Sofyan. *Pangan Pasar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Universitas Indonesia, 2001.
- Fauzia, Ika Yunia, dkk. *Prinsip Ekonomi Islam (Prinsip Maqashid al-Syariah)*, Cet 1. Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Gozali. *Model dan Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Ver 5.0*, 2008.
- Handoko. *Manajemen*. Edisi Kedua, Cetakan Ketiga belas. Yogyakarta: BPFE, 2013.
- Hasan, Ali. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps, 2013.
- Konoras, Abdurrahman. *Jaminan Produk Halal dan Indonesia Prospektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Raja Grafindo, 2017.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 2000.
- Kotler, Philip. *Principles of Marketing*. Pearson, 2017.
- Koter, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Principles of Marketing Eighteenth Edision*. Pearson Education, 2021.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Marketing*. Edisi Ketujuh. Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- Kusuma, Hadri. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Ekonisia, 2013.
- Listyaningsih, Erna, dan Apip Alansori. *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi, 2020.
- Mowen, John C, dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Nizar, Muhammad dan Iltiham, Muhammad Fahmul. *Label Halal Bawa Kebaikan*. Pasuruan: Perpustakaan Nasional : Kutalog Dalam Terbitan (KDT). 2013
- Siswantoro. *Metode Penelitian Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Siyoto, Sandu, dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi

Offset, 2016.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke 22. Bandung: Alfabeta, 2015.

Sukmadinata, Nana Syaodikh. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.

Sumarwan, Ujang. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2012.

Sunyoto, Danang. *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*. Yogyakarta: Amara Books, 2007.

Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep; Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: Caps, 2012.

Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Kedua. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Una, Sayuti. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Cetakan 1. 2012.

Winarno, Wing Wahyu. *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan EvIEWS Edisi IV*. Yogyakarta: UPP STM YKPN, 2015.

Jurnal/Skripsi

Aditi, Bunga. "Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen UMKM di Kota Medan," *Proceedings Roundtable for Indonesian Entrepreneurship Educators V*, 2017.

Alfian, Ian, dan Muslim Marpaung. "Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan," *At-Tawassuth* 2, no 1 (2017).

Alim, Shilachul Alfinul, M. Kholid Mawardi, dan Aniesa Samira Bafadhal. "Pengaruh Persepsi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 62, no 1 (September 2018).

Ambali, Abdul Raufu dan Ahmad Naqiyuddin Baqar. "Halal Food and Product in Malaysia: People's Awareness and Policy Implications." *Intellectual Discourse* 21, no 1 2013.

Aminuddin. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Kota Medan)." *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)* 5 no 2 (September 2018).

Anisya, Riska, Ratna Wijayanti, dan Bahtiar Efendi. "Pengaruh Label Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aice (Studi Kasus pada Mahasiswa UNSIQ Jawa Tengah di Wonosobo)." *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)* 2, no 1 (Oktober 2020).

Ashari, Mela. "Pengaruh Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun." 2019.

Bulan, Tengku Putri Lindang, dan Khairul Fazrin. "Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa." *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, no 2 (2017)

- Desmayonda, Ananda, dan Trenggana, Arlin Ferlina Mochamad. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian dengan Religiusitas sebagai Variabel Intervening di Mujigae Resto Bandung." *Ekonomi dan Bisnis* 12, no 1 (2019).
- Fatimah, Neneng, Sri Kasnelly, dan Abd Hamid. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Liberika Dalam Perspektif Islam pada Gerai UMKM Mekar Jaya." *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no 2 (Desember 2020).
- Halim, Abdul. "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju." *Growth: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1 no 2 (2020).
- Haqiqi, Nur, dan Handari Adji Widwi. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Perkebunan Sayuran Andritani Farm Kabupaten Cianjur." *Jurnal Ilmiah MEA(Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)* 5 no 3 (2021).
- Hendradewi, Savitri, Amalia Mustika, dan Anis Darsiah. "Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea pada Remaja Sekolah di Jakarta." *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 26 no 2 (Juli 2021).
- Indika, Deru R, dan Cindy Jovita. "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen." *Jurnal Bisnis Terapan* 1 no 1 (2017).
- Izzuddin, Ahmad. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner." *Jurnal Penelitian Ipteks* 3 no 2, (Juli 2018).
- Karnowati, Nandang Bekti, Herni Justiana Astuti, Pujiharto, dan Azmi Fitriati. "Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman, Kepuasan Konsumen dan Perilaku Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek." *Jurnal Manajemen Motivasi* 17 no 1 (2021).
- Khairunnisa, Hana, Lubis, Deni, dan Hasanah Qoriatul. "Kenaikan Omzet UMKM Makanan dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal." *AL-MUZARA'AH* 8, no 2 (Desember 2020).
- Kholil, Ahmad, Abdul Wahab, Fawa'id, Muhamad Wildan, dan Lailatul Hidayah. "Pengaruh Harga dan Label Halal Terhadap Minat Beli Roti Naf'a di Kecamatan Kepung Kediri." *Jurnal Qawanin* 5, no 1 (Januari-Juni 2021).
- Maulidah, Fai'zah Laila, dan Renny Oktafia. "Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Mikro Serta Dampak Kesejahteraan Masyarakat Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Syariah)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no 3 (2020).
- Mariam, Aam, dan Nila Nopianti. "Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik (Studi Kasus Siswa/Siswi Perhotelan SMK Negeri 1 Ciamiss)." *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no 2 (Juli 2022).
- Medriyansah. "Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Usaha Tempe di Desa Sumber Jaya Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan)." 2017.

Pardede, Ratlan. "Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen.” *Journal of Business & Applied Management* 10, no 1, 2017.
- Putri, Arinda Widiyanti. “Pengaruh Strategi Pemasaran MLM Syariah dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” 2018.
- Rangkuti. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan (Snack Merek Chitato) pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.” 2010.
- Satria, Arif Adi. “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36.” *Jurnal Lentera Bisnis* 2 no 1 (April 2017).
- Sinaga, S. “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Makeover pada Pengunjung Counter Makeover di Plaza Medan Fair.” 2018.
- Syahputra, Adi, dan Haroni Doli Hamoroan. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan.” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 2, no 8 (2013).
- Veranita, Mira, dkk.”Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk-Produk UMKM Saffa Tjahya Lestari.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah* 4, no 1 (Juli 2022).
- Wardani. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang.” 2015.
- Wijaya, Yan Berlin Angga, dan Rahardjo, Basuki. “Labelisasi Halal dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aspek Religiusitas Sebagai Variabel Intervening.” 2018.

Lainnya

- Badan Pusat Statistik (BPS). diakses 23 Juni 2023. <http://www.bps.go.id/>.
- Ihram. “Kemenag Bantu Sertifikasi Halal 120 Pelaku Usaha di Jambi,” diakses 15 Juni 2023 <https://ihram.republika.co.id/berita/r8xs4k366/kemenag-bantu-sertifikasi-halal-120-pelaku-usaha-di-jambi>.
- Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jambi. “Ketua MUI Jambi: Miliki Sertifikat Halal Hindari Keraguan Konsumen,” diakses 15 Juni 2023 <https://jambi.kemenag.go.id/news/7546/ketua-mui-jambi-miliki-sertifikat-halal-hindari-keraguan-konsumen.html>.
- Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Diakses 27 Juni 2023. <https://jdih.kemenag.go.id>.
- Kusnandar, Viva Budy. <https://databoks.katadata.co.id>.
- Laman Resmi Republik Indonesia, “Portal Informasi Indonesia,” diakses 8 Juli 2023. <https://indonesia.go.id/profil/agama>.
- Octavia, Ria. “Hasil Wawancara Masyarakat Muslim Kota Jambi.” 15 Juli 2023.