
**PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MAKANAN DALAM KEMASAN
PADA MAHASISWA FKIP UNASMAN**

Busrah

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Al Asyariah Mandar
busrabucci@yahoo.co.id

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada mahasiswa FKIP Universitas Al-Asy'ariah Mandar. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Field Research* kuantitatif. Untuk itu, penelitian ini mengukur variabel-variabel yang ada dengan mewujudkannya dalam bentuk nilai atau angka. Angka-angka tersebut selanjutnya di analisis hubungannya antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Data dari responden yang sifatnya kualitatif akan dinyatakan dalam bentuk angka sehingga dapat diolah secara statistik hubungan atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Labelisasi Halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan dikonfirmasi pada table 4.14. Ditunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel libelisasi adalah 0,983 dan nilai thitung 31, 871. Nilai koefisien regresi ini signifikan pada tingkat signifikansi 0,05 dengan *p value* sebesar 0,00. Hasil ini menjelaskan bahwa nilai koefisien regresi variabel labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan. Dan tidak ada perbedaan rata-rata yang signifikan baik mahasiswa muslim maupun non muslim dalam melakukan keputusan pembelian makanan yang berlabel halal pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Al-Asy'ariah Mandar. Implikasi pada penelitian ini adalah, 1) Menghimbau kepada para pedagang makanan yang selama ini memasarkan produk makanan didalam kampus Universitas al-As'yariah Mandar agar memperhatikan setiap produk makanan dalam kemasan yang ia pasarkan.

I. PENDAHULUAN

Ada beberapa hal yang mempengaruhi nasabah didalam memutuskan produk yang akan dibeli di antaranya adanya Label halal yang tertera dalam kemasan sebuah produk. Labelisasi halal yang secara prinsip adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk yang berlabel tersebut, bahwa produknya benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara *syariah* sehingga produk tersebut boleh dikonsumsi. Dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap belum mendapat persetujuan lembaga berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasikan kedalam daftar produk halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya. Ketiadaan label itu akan membuat konsumen Muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengkonsumsi atau tidak produk-produk tanpa label halal tersebut.¹

Kenyataan yang berlaku pada saat ini adalah bahwa LPPOM-MUI memberikan sertifikat halal kepada produsen-produsen obat dan makanan yang secara sukarela

¹Eri Agustian H dan Sujana, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello". *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1. no. 2 (2013): h.2.

mendaftarkan produknya untuk diaudit LPPOM-MUI. Dengan begitu produk yang beredar dikalangan konsumen Muslim bukanlah produk-produk yang secara keseluruhan memiliki label halal yang dicantumkan pada kemasannya. Artinya masih banyak produk-produk yang beredar dimasyarakat belum memiliki sertifikat halal yang diwakili dengan label halal yang ada pada kemasan produknya. Dengan demikian konsumen Muslim akan dihadapkan pada produk-produk halal yang diwakili dengan label halal yang ada kemasannya dan produk yang tidak memiliki label halal pada kemasannya sehingga diragukan kehalalan produk tersebut. Maka keputusan untuk membeli produk-produk yang berlabel halal atau tidak akan ada sepenuhnya di tangan konsumen sendiri.²

Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 220 juta jiwa merupakan pasar konsumen yang paling besar di dunia. Demikian besarnya jumlah penduduk mengakibatkan produk baik dari dalam maupun dari luar negeri membanjiri dari segala lini produk dan jasa. Di sisi lain dengan populasi kaum Muslimin yang mencapai 90% dari jumlah total warga negara Indonesia, membanjirnya produk dan jasa tersebut merupakan suatu dilema dimana satu hal memberikan banyak pilihan bagi masyarakat tapi juga di lain hal membuat masyarakat menjadi tidak sadar lagi masalah kehalalan produk tersebut terutama produk pangan.

Sementara itu untuk penduduk wilayah propinsi Sulawesi Barat yang mencapai 1,4 juta jiwa dengan mempunyai jumlah penduduk mayoritas muslim merupakan pihak yang dirugikan apabila suatu produk tidak halal atau diragukan kehalalannya. Tentu saja pada akhirnya akan membuat masyarakat Sulawesi Barat khususnya warga muslim menjadi konsumen produk tidak halal baik mereka sadari ataupun tanpa mereka sadari sama sekali.

Dalam lingkup yang lebih khusus lagi Universitas al-Asy'ariah Mandar yang merupakan perguruan tinggi yang terletak di Provinsi Sulawesi Barat dan sekaligus Universitas yang pertama kali di dirikan di Propinsi Sulawesi Barat, memiliki enam Fakultas yang terdiri dari 1). Fakultas Agama Islam, 2). Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, 3). Fakultas Ilmu Komputer, 4) Fakultas Kesehatan Masyarakat, 5). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, 6). Fakultas Ilmu Pertanian.

Keragaman mahasiswa yang ada di Universitas Al-Asy'ariah Mandar dari sisi keagamaannya, dimana agama yang dianut oleh mahasiswa Universitas Al-Asy'ariah Mandar yaitu Agama Islam, Kristen dan Budha bahkan masih ada mahasiswa yang menganut faham kepercayaan yaitu *Mappurondo*' menjadikan penelitian ini lebih menarik untuk dikaji lebih mendalam.

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan diatas tentang Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Al-Asy'ariah Mandar, maka peneliti menarik beberapa rumusan masalah yang nantinya akan menjadi fokus dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut, Bagaimana Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Al-Asy'ariah Mandar ? Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

²Ahmad Haris, *Halal Dikemasan Belum Tentu Halal Dimakan*, Artikel diakses pada tanggal 05 Maret 2016 dari <http://harisahmad.com>

(FKIP) Universitas Al-Asy'ariah Mandar ? Adakah Perbedaan Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan pada Mahasiswa Muslim dan Non Muslim Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Al-Asy'ariah Mandar?

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Labelisasi Halal

Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya Menurut Tjiptono label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label biasa merupakan bagian dari kemasan, atau biasa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk. Sedangkan Kotler menyatakan bahwa label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi.³

Sedangkan labelisasi halal adalah perizinan pemasangan kata “Halal” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman “Label Halal” pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk Sertikat Halal MUI. Sertifikat Halal MUI dikeluarkan oleh MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LP POM MUI.⁴

Labelisasi halal merupakan rangkaian persyaratan yang seharusnya dipenuhi oleh pelaku usaha yang bergerak dibidang produk pengolahan makanan dan minuman atau diistilahkan secara umum sebagai pangan. Pangan (makanan dan minuman) yang halal, dan baik merupakan syarat penting untuk kemajuan produk-produk pangan lokal maupun dari luar negeri, di Indonesia khususnya supaya dapat bersaing dengan produk lain baik didalam maupun diluar negeri. Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim demi ketentraman dan kenyamanan konsumen pelaku usaha wajib menampilkan labelisasi halal yang sah dikeluarkan oleh pemerintah melalui aparat yang berwenang. Halal berkaitan dengan jaminan kehalalan yang ditunjukkan dengan adanya sertifikasi halal dari LPPOM MUI. Disamping jaminan pangan baik, pemberian jaminan halal akan meningkatkan daya saing produk pangan lokal Indonesia terhadap produk-produk impor yang tidak mendapatkan sertifikasi halal.⁵

Karena keterangan halal untuk suatu produk pangan sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam, pemerintah mengatur mengenai label produk halal melalui Undang-Undang RI No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan (“uu 7/1996”) dan Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (“pp

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000) Edisi 2, h. 477

⁴Eri Agustian H. dan Sujana, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall’s Conello”, h. 170

⁵Dewi Kurnia Sari dan Ilyda Sudardjat, “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 1, no. 4, (2013): h. 50

69/1999”). Pasal 30 Undang-Undang No 7 Tahun 1996 menyebutkan bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan. Dan label tersebut setidaknya harus mencantumkan keterangan halal. Selanjutnya, lebih spesifik diatur dalam pasal 10 PP No. 69 Tahun 1999 mengenai kewajiban produsen produk pangan untuk mencantumkan label halal pada makanan yang dikemas.⁶

Pengaturan pelaksana dari UU Pangan yang mengatur lebih lanjut dan terperinci mengenai pelabelan termuat di dalam Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (PP Label dan Iklan Pangan). Dalam PP tersebut diatur mengenai persyaratan label yang harus berisikan keterangan sekurang-kurangnya:

- 1) Nama produk;
- 2) Daftar bahan yang digunakan;
- 3) Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan pangan ke wilayah Indonesia;
- 4) Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.

B. Kaidah Umum tentang Halal dan Haram dalam Ilmu Fikih

1. $\text{أَلْأَصْلُ فِي الْأَشْيَاءِ الْإِبَاحَةُ}$.⁷

Kaidah ini memberikan pemahaman kepada kita bahwa pada dasarnya segala sesuatu itu adalah mubah tidak ada satupun yang haram, kecuali karena ada nas yang sah dan tegas dari syari' (yang berwenang membuat hukum itu sendiri, yaitu Allah dan Rasul) yang mengharamkannya. Kalau tidak ada nas yang sah --misalnya karena ada sebagian Hadis lemah—atau tidak ada nas yang tegas (sharih) yang menunjukkan haram, maka hal tersebut tetap sebagaimana asalnya, yaitu mubah.⁸

Kaidah ini memberikan keluasan bagi manusia untuk berbuat hal yang sifatnya muamalah atau keduniawian selama tidak ada dalil langsung yang mengharamkan perbuatan tersebut, berbeda halnya dalam ubudiyah dimana seseorang pada dasarnya dilarang melaksanakan ibadah apapun selama tidak ada daling yang membolehkan ibadah tersebut dilaksanakan.

2. Menentukan Halal Haram Semata-Mata Hak Allah

$(\text{الَّتَحْلِيلُ وَالْحَرَامُ حَقُّ اللَّهِ وَحَدَهُ})$ ⁹

⁶<http://www.hukumonline.com>. bagaimana pengaturan-sertifikasi-halal-bagi-produk-makanan, di Akses pada tanggal 5 April 2016

⁷Yusuf al-Qardawi, *Halal Haram Dalam Islam*, terj. Mu'ammal Hamidy, *Halal dan Haram Dalam Islam*, edisi revisi (Surabaya: Bina Ilmu, 2003), h. 14

⁸Yusuf al-Qardawi, *Halal Haram Dalam Islam*, terj. Mu'ammal Hamidy, *Halal dan Haram Dalam Islam*, edisi revisi, h. 14

⁹Yusuf al-Qardawi, *Halal Haram Dalam Islam*, terj. Mu'ammal Hamidy, *Halal dan Haram Dalam Islam*, edisi revisi, h. 19

Para ahli fikih mengetahui dengan pasti, bahwa hanya Allahlah yang berhak menentukan halal dan haram, baik dalam kitab-Nya (al-Qur'an) ataupun melalui lidah Rasul-Nya (Sunnah). Tugas mereka tidak lebih, hanya menerangkan hukum Allah tentang halal dan haram itu.

3. Mengharamkan yang Halal dan Menghalalkan yang Haram Sama dengan Syirik

(تَحْرِيمُ الْحَلَالِ وَ تَحْلِيلُ الْحَرَامِ قَارِنُ الشِّرْكِ
بِاللَّهِ)

Dalam islam tidak dipungkiri terjadi banyak perbedaan pendapat dalam menentukan sebuah hukum berdasarkan dari sudut pandang masing-masing para ahli fukaha, oleh karena yang dimaksud menghalalkan apa yang diharamkan ialah menyalahi ketetapan hukum yang telah *Qath'I* yaitu status hukum yang telah disepakati secara *ijma'* tanpa ada lagi perbedaan pendapat dikalangan ulama mengenai status hukum tersebut.

4. Mengharamkan yang Halal akan Berakibat Timbulnya Kejahatan dan Bahaya

(تَحْرِيمُ الْحَلَالِ ظُهُورَ النَّاتِجَةِ مِنَ الْجَرِيمَةِ
(وَ الْخَطَرِ))

Oleh karena itu dalam Ia menentukan halal dan haram dengan alasan yang *ma'qul* (rasional) demi kemaslahatan manusia itu sendiri. Justeru itu pula Allah tidak akan menghalalkan sesuatu kecuali yang baik, dan tidak akan mengharamkan sesuatu kecuali yang jelek.¹⁰

5. Setiap Yang Halal Tidak Memerlukan yang Haram

(كُلُّ حَلَالٍ لَا يَحْتَاجُ إِلَى الْحَرَامِ)

Allah mengharamkan berjudi, tetapi di balik itu ia berikan gantinya berupa hadiah harta yang diperoleh dari berlomba memacu kuda, unta dan memanah. Allah juga mengharamkan sutera, tetapi di balik itu ia berikan gantinya berupa aneka macam pakaian yang baik-baik, yang terbuat dari wool, kapuk dan cotton. Allah telah mengharamkan berbuat zina dan liwath, tetapi di balik itu Ia berikan gantinya berupa perkawinan yang halal. Allah mengharamkan minum minuman keras, tetapi dibalik itu ia berikan gantinya berupa minuman yang lezat yang cukup berguna bagi rohani dan jasmani. Dan begitu juga Allah telah mengharamkan semua macam makanan yang tidak baik (*khabā'is*), tetapi di balik itu ia telah memberikan gantinya berupa makanan-makanan yang baik (*tayyibāt*).

6. Apa Saja yang Membawa Kepada Haram adalah Haram.

(الْوَصِيْلَةُ إِلَى حَرَامٍ حَرَامٌ)

Salah satu prinsip yang telah diakui oleh Islam, ialah: apabila Islam telah mengharamkan sesuatu, maka wasilah dan cara apapun yang dapat membawa kepada

¹⁰Yusuf al-Qardāwi, *Halal Haram Dalam Islam*, terj. Mu'ammal Hamidy, *Halal dan Haram Dalam Islam*, edisi revisi, h. 28

perbuatan haram, hukumnya adalah haram. Oleh karena itu, kalau Islam mengharamkan zina misalnya, maka semua pendahuluannya dan apa saja yang dapat membawa kepada perbuatan itu, adalah diharamkan juga. Misalnya, dengan menunjukkan perhiasan, berdua duaan (*free love*), bercampur dengan bebas, foto-foto telanjang (*cabul*), kesopanan yang tidak teratur (*immoral*), nyanyian-nyanyian yang kegila gilaan dan lain-lain.¹¹

7. Niat Baik Tidak Dapat Melepaskan yang Haram

(الْيَتِيُّ الْحَسَنَةُ لَا تُبْرِئُ الْحَرَامَ)

Kaidah ini memberikan pengertian bahwa meskipun perbuatan yang haram yang dikerjakan oleh seseorang memiliki tujuan yang baik, maka hal itu tidak serta merta menggugurkan status keharaman perbuatan tersebut.

8. Sesuatu yang Haram Berlaku Untuk Semua Orang

(الْحَرَامُ، حَرَامٌ عَلَى الْجَمِيعِ)

Tidak ada sesuatu *rukhsah* yang diberikan kepada suatu tingkatan atau suatu golongan manusia, yang dengan menggunakan nama *rukhsah* (keringanan) itu mereka bisa berbuat jahat yang dikendalikan oleh hawa nafsunya. Mereka yang berbuat demikian itu sering menamakan dirinya pendeta, pastor, raja dan orang-orang suci. Bahkan tidak seorang muslim pun yang mempunyai keistimewaan khusus yang dapat menetapkan sesuatu hukum haram untuk orang lain, tetapi halal buat dirinya sendiri.¹²

9. Keadaan Terpaksa Membolehkan Yang Terlarang

(الضَّرُورَاتُ تُبَيِّحُ الْمَحْظُورَاتِ)

Kaidah ini memberikan batasan kepada orang yang sedang mengalami keadaan darurat agar tidak terlalu mengikuti hawa nafsu didalam memanfaatkan kedaruratan yang sedang dialaminya. Bahwa terpaksanya seseorang melanggar satu ketentuan karena darurat, ukurannya hanya sekedar terlepas dari bahaya tersebut. Oleh karena itu setiap manusia sekalipun dia boleh tunduk kepada keadaan *dharurat*, tetapi dia tidak boleh menyerah begitu saja kepada keadaan tersebut, dan tidak boleh menjatuhkan dirinya kepada keadaan *dharurat* itu dengan kendali nafsunya. Tetapi dia harus tetap mengikatkan diri kepada pangkal halal dengan terus berusaha mencarinya. Sehingga dengan demikian dia tidak akan tersentuh dengan haram atau mempermudah *dharurat*.

10. Apa Yang Ghaib Bagi Kita, Jangan Kita Tanyakan

Kaidah ini sekaligus memberikan kemudahan bagi ummat islam dalam bermuamalah, seperti dalam mengkonsumsi suatu makanan. Tidak menjadi kewajiban seorang muslim untuk menanyakan hal-hal yang tidak disaksikan, misalnya: Bagaimana cara penyembelihannya? Terpenuhi syaratnya atau tidak? Disebut *asmā* Allah atau tidak?

¹¹Yusuf al-Qardawi, *Halal Haram Dalam Islam*, terj. Mu'ammal Hamidy, *Halal dan Haram Dalam Islam*, edisi revisi, h. 35

¹²Yusuf al-Qardawi, *Halal Haram Dalam Islam*, terj. Mu'ammal Hamidy, *Halal dan Haram Dalam Islam*, edisi revisi, h. 42

C. Regulasi Terkait Sertifikasi Halal

Hubungan agama dan negara di Indonesia dalam penanganan sertifikasi produk halal dapat dilacak dari ketentuan produk perundang-undangan. Di antaranya adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, serta yang terbaru Undang-Undang RI Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.¹³

Jika dicermati aturan yang ada dalam Undang-Undang RI Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan maupun Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ketentuan mengenai kehalalan sebuah produk cukup dengan keterangan bahwa produk tersebut halal. keterangan itu dicantumkan sendiri oleh produsen. hal itu juga hanya bersifat fakultatif, bukan keharusan.
2. Tidak perlu ada lembaga khusus yang mensertifikasi produk halal. produsen sendiri yang mencantumkan keterangan halal itu pada produknya.

Selanjutnya pada tahun 2014 ditetapkan Undang-Undang RI No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Aturan ini merupakan produk peraturan perundang-undangan yang paling kongkrit dan komprehensif mengenai sertifikasi produk halal, karena memang merupakan Undang-Undang khusus mengenai masalah tersebut. Keluarnya Undang-Undang ini dapat dikatakan sebagai era baru penanganan sertifikasi halal di Indonesia.

Beberapa ketentuan Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal (JPH) antara lain pasal 4 yang menyatakan bahwa Produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal. Selanjutnya Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang JPH mengamanatkan dibentuknya Badan penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang menurut ayat (5) ketentuan mengenai fungsi, tugas, dan susunan organisasi BPJPH diatur dalam Peraturan Presiden.¹⁴

Wewenang BPJPH antara lain merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH, menetapkan norma, standard, prosedur dan kriteria JPH, menetapkan dan mencabut sertifikat halal pada produk luar negeri serta melakukan registrasi sertifikat halal pada produk luar negeri. Dalam Undang-Undang RI No 33 tahun 2014 juga mengamanatkan bahwa paling lambat tiga tahun sejak dikeluarkannya Undang-Undang ini BPJH sudah terbentuk. Namun sampai penelitian ini dilakukan BPJPH belum terbentuk.

D. Keputusan Pembelian

Menurut Boyd Walker pengambilan keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhikeinginan dan kebutuhan.¹⁵ Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah swt. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah.

¹³Muh Zumar Aminuddin, "Sertifikasi Produk Halal: Studi Perbandingan Indonesia dan Thailand" *Jurnal Shahih LP2M IAIN Surakarta. 1, No 1*, (2016): h.29

¹⁴Muh Zumar Aminuddin, "Sertifikasi Produk Halal: Studi Perbandingan Indonesia dan Thailand" *Jurnal Shahih LP2M IAIN Surakarta. h.30*

¹⁵Boyd L Walker, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Alih Bahasa Oleh Imam Nurmawan, (Jakarta: Erlangga, 1997).hlm 123.

Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat akhirat.¹⁶

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh dua factor utama, yakni faktor internal individu dan factor eksternal individu. Factor internal individu meliputi, motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian dan sikap. Sedangkan factor eksternal individu dikategorikan dalam dua kelompok, yakni, upaya pemasaran perusahaan dan lingkungan social budaya¹⁷

Menurut Swastha, untuk memahami perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, dapat dikemukakan dua model proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen, yaitu :

1. Model fenomenologis, model perilaku konsumen ini berusaha mereproduksi perasaan-perasaan mental dan emosional yang dialami konsumen dalam memecahkan masalah pembelian yang sesungguhnya.
2. Model logis, model perilaku konsumen yang berusaha menggambarkan struktur dan tahap-tahap keputusan yang diambil konsumen mengenai (a) jenis, bentuk, modal, dan jumlah yang akan dibeli, (b) tempat dan saat pembelian, (c) harga dan cara pembayaran.

Setelah konsumen memperoleh informasi tentang suatu produk mereka menggunakan informasi tersebut untuk mengevaluasi sumber-sumber pada ciri-ciri seperti karakteristik barang dagangan yang dijual, pelayanan yang diberikan, harga, kenyamanan, personil dan fisik. Konsumen biasanya memilih sumber yang mereka anggap memperlihatkan ciri yang paling penting bagi mereka.¹⁸

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian *field research* kuantitatif deskriptif, yaitu menghubungkan diantara gejala/fenomena sosial dan bagaimana bentuk hubungan itu. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Untuk itu, penelitian ini mengukur variabel-variabel yang ada dengan mewujudkannya dalam bentuk nilai atau angka. Angka-angka tersebut selanjutnya di analisis hubungannya antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Data dari responden yang sifatnya kualitatif akan dinyatakan dalam bentuk angka sehingga dapat diolah secara statistik hubungan atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun yang menjadi objek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas al-Asyariah Mandar (Unasman) dan Mini Market (Alfamidi) di kelurahan Manding yang terletak di daerah Kabupaten Polewali Mandar Propinsi Sulawesi Barat. Keragaman mahasiswa yang ada di Universitas Al-Asy'ariah

¹⁶Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada. 2006. h 12

¹⁷Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil* (Cet I; Bandung: Alfabeta, 2010), h. 116

¹⁸Philip Kotler dan Kevin Lane Kotler, *Marketing Management Thirteenth Edition*, terj. Bob Sabran, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (Bandung: Gelora Aksara 2008), h. 184

Mandar dari sisi budaya dan keagamaannya, dimana agama yang dianut oleh mahasiswa Universitas Al-Asy'ariah Mandar yaitu Agama Islam, Kristen dan Budha bahkan masih ada masih ada mahasiswa yang menganut faham kepercayaan yaitu *Mappurondo*' menjadikan peneliti tertarik untuk menempatkan lokasi penelitian ini pada mahasiswa FKIP Unasman.

B. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian lapangan peneliti menggunakan jenis penelitian survei, dimana informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuisisioner, dengan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif memiliki desain yang spesifik, jelas dan rinci yang bertujuan menunjukkan hubungan antar variabel, menguji teori dan mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif. Setelah data terkumpul, maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan dengan teknik statistik.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Dalam penelitian ini Populasinya adalah mahasiswa Induk yang aktif di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Al Asyariah Mandar angkatan 2012-2013, 2013-2014, 2014-2015 dan 2015-2016.

Mahasiswa FKIP Unasman pada dasarnya memiliki kelas jauh yang terletak di Kabupaten Majene berbatasan sebelah Barat dengan Kabupaten Polewali Mandar dan kelas jauh Kabupaten Mamasa yang berbatasan sebelah selatan. Namun pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian hanya di fokuskan kepada mahasiswa induk FKIP Unasman yang berada di kampus Unasman Kab Polewali Mandar yang berjumlah sebagai berikut:

2. Sampel

Dalam penelitian ini sampel yang akan di ambil berdasarkan teknik penarikan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik *nonprobability* sampling yaitu memilih orang-orang yang terseleksi oleh peneliti oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu. Dalam hal penelitian ini yang berjudul Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Al-Asy'ariah Mandar , maka sampling yang purposive adalah sampel yang dipilih dengan cermat hingga relevan dengan desain penelitian. Sampel yang diambil terdapat dari beberapa wakil-wakil dari beberapa penjurur populasi misalnya mereka yang aktif kuliah di FKIP Unasman yang terdiri dari tiga jurusan yaitu Jurusan Bahasa Indonesia, Jurusan Matematika, Jurusan PKn serta latar belakang yang berdeda baik dari sisi budaya dan Agama serta angkatan tahun ajaran mahasiswa. Dalam hal ini peneliti mengambil 25% dari jumlah mahasiswa FKIP yaitu sebanyak 109 orang dari 435 jumlah mahasiswa FKIP yang aktif.

D. Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Observasi
2. Kuisisioner
3. Dokumentasi¹⁹.

¹⁹Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* , h. 94-95.

Adapun Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket/kuesioner.

E. Validasi dan Releabilitas Instrumen

Ada dua syarat utama yang harus dipenuhi oleh alat ukur untuk memperoleh suatu pengukuran yang cermat, yaitu Validitas dan Releabilitas. Validitas artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran, dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas dimaksudkan untuk menguji ketepatan item-item dalam kuesioner, apakah item-item yang ada mampu menggambarkan dan menjelaskan variable yang diteliti. Jadi validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau subjek yang ingin diukur.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data meliputi sebagai berikut:

1. Editing
2. Coding (Pengkodean)
3. Tabulasi
1. Deskriptif Presentase

Uji Prasyarat Analisis Regresi

Dalam analisis regresi terdapat uji prasyarat yang harus dipenuhi agar analisis tersebut merupakan yang terbaik dan tidak bias. Uji prasyarat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Uji asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut :

- a. Uji Normalitas.
- b. Uji Multikolinieritas
- c. Uji Heteroskedastisitas

2. Uji Linearitas Garis Regresi

Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua variabel atau lebih variabel indenpenden (X_1, X_2) dengan variable dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel indepeden dengan variabel dependen apakah masing-masing variable indepeden berhubungan positif ataukah berhubungan negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel indepeden mengalami kenaikan atau penurunan. Pengujian model regresi linear digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \mu$$

Dimana:

Y	= Keputusan Pembelian Produk Dalam Kemasan
X_1	= Labelisasi Halal
X_2	= Kualitas Layanan
β_0	= Konstanta
β_1	= Koefisien Regresi
μ	= Error term

Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang umumnya dinyatakan dalam bentuk pernyataan karena masih didasarkan pada teori, anggapan, pengalaman dan logika. Jawaban sebenarnya diperoleh setelah dikumpulkan data empiris melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan uji sebagai berikut: ²⁰

1. Uji Koefisien determinasi (R²).
2. Uji F-Stat (Uji Simultan).
3. Uji T-Stat (Uji Parsial).
4. Uji-t 2 sampel independen (bebas)

Dalam analisis ini peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 20,0. Agar peneliti dapat dengan mudah mengetahui pengaruh variabel labelisasi halal dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

IV. HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Responden Penelitian

Deskripsi responden berdasarkan Jurusan dari 109 responden terdapat 40 orang atau sebesar 37% responden berasal dari jurusan Matematika, 35 orang atau sebesar 32% responden berasal dari jurusan Bahasa Indonesia, 34 orang atau sebesar 31% responden yang berasal dari jurusan PKnterdapat 42 orang atau sebesar 39%. Adapun responden dengan jenis kelamin Laki-Laki, 67 orang atau sebesar 61% responden dengan jenis kelamin Perempuan. Sementara responden berdasarkan Agama ialah 71 responden atau sebesar 65% beragama Islam, 33 orang atau sebesar 30% responden beragama Kristen, 2 orang atau sebesar 2% responden beragama Hindu dan 3 orang atau 3% responden yang memiliki aliran kepercayaan.

Adapun deskripsi variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: Faktor Internal (y) pengaruh labelisasi halal(X_1), terhadap keputusan pembelian produk makanan dalam kemasan pada mahasiswa FKIP Unasman.

Tabel. 4.1.
Rekapitulasi Jawaban Responden tentang Labelisasi Halal (X_1)

No	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah Responden	
			Dalam Angka	Persentase (%)
1.	Pertanyaan 1	<i>Sangat setuju</i>	36	33 %
		<i>Setuju</i>	53	49 %
		<i>Kurang Setuju</i>	16	14 %
		<i>Tidak Setuju</i>	3	3 %
		<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	1 %
Jumlah			109	100%
2.	Pertanyaan 2	<i>Sangat setuju</i>	30	28%

²⁰ Wing Wahyu Winarno, *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews*, h. 612.

		<i>Setuju</i>	57	52%
		<i>Kurang Setuju</i>	14	13%
		<i>Tidak Setuju</i>	8	7%
		<i>Sangat Tidak Setuju</i>	-	-
<i>Jumlah</i>			109	100%
3.	<i>Pertanyaan 3</i>	<i>Sangat setuju</i>	14	13%
		<i>Setuju</i>	52	48%
		<i>Kurang Setuju</i>	36	33%
		<i>Tidak Setuju</i>	6	5
		<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	1
<i>Jumlah</i>			109	100%
1.	<i>Pertanyaan 4</i>	<i>Sangat setuju</i>	24	22%
		<i>Setuju</i>	55	51%
		<i>Kurang Setuju</i>	23	21%
		<i>Tidak Setuju</i>	6	5%
		<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	1%
<i>Jumlah</i>			109	
5	<i>Pertanyaan 5</i>	<i>Sangat setuju</i>	15	13%
		<i>Setuju</i>	27	24%
		<i>Kurang Setuju</i>	34	31%
		<i>Tidak Setuju</i>	19	17%
		<i>Sangat Tidak Setuju</i>	16	15%
<i>Jumlah</i>			109	100%
6	<i>Pertanyaan 6</i>	<i>Sangat setuju</i>	14	13%
		<i>Setuju</i>	60	55%
		<i>Kurang Setuju</i>	21	19%
		<i>Tidak Setuju</i>	11	10%
		<i>Sangat Tidak Setuju</i>	3	3%
<i>Jumlah</i>			109	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

B. Hasil Pengolahan Data dan Hasil Penelitian

Data penelitian yang telah terkumpul kemudian diolah untuk menguji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Dari hasil uji validitas yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20,0 menunjukkan bahwa koefisien korelasi *pearson moment* untuk setiap item butir pernyataan dengan skor total variabel kualitas layanan (X1) dan label halal (X2) signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa setiap item indikator instrumen untuk kualitas audit tersebut valid.

Untuk instrument labelisasi halal dengan jumlah 6 item/soal pernyataan menunjukkan bahwa hasil pengkorelasiannya masing-masing skor item dengan skor total. Nilai t hitung hasil koefisien korelasi butir total menunjukkan pada item 1 diperoleh hasil $0.450 > 0.1865$, pada item 2 diperoleh hasil $0.370 > 0.1865$, pada item 3 diperoleh hasil $0.374 > 0.1865$, pada item 4 diperoleh hasil $0.580 > 0.1865$, pada item 5 diperoleh hasil $0.480 > 0.1865$, pada item 6 diperoleh hasil $0.568 > 0.1865$. Ini menunjukkan hasil pengkorelasiannya masing-masing skor item dengan skor total t hitung lebih > dari t table maka dapat dikatakan valid.

Hasil perhitungan uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* (α) untuk masing-masing variabel adalah lebih besar dari 0,60, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa item-item instrumen untuk masing-masing variabel adalah reliabel (Nunnally dalam Ghozali, 2006).

Untuk Hasil uji normalitas didapatkan nilai KS sebesar 4,314. Nilai ini tidak signifikan pada 0,05 (karena nilai $P = 0,1287$, lebih besar dari 0,05). Hal tersebut memberikan gambaran bahwa sebaran data tidak menunjukkan penyimpangan dari kurva normalnya, yang berarti bahwa sebaran data telah memenuhi asumsi normalitas.

Pada Uji Multikolinieritas angka *tolerance* dari variabel independen kompetensi dan independensi mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,10 yang berarti bahwa tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Sementara itu, hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama. Tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa Labelisasi halal sangat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan pada mahasiswa FKIP Unasman hal ini dikonfirmasi pada table 4.14. Ditunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel libelisasi adalah 0,983 dan nilai thitung 31, 871. Nilai koefisien regresi ini signifikan pada tingkat signifikansi 0,05 dengan *p value* sebesar 0,00. Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan Iranita bahwa terdapat hubungan yang sedang dan searah antara variabel Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian. Artinya, semakin tinggi Labelisasi Halal maka semakin meningkat Keputusan Pembelian, atau semakin besar Keputusan Pembelian, maka semakin meningkat Labelisasi Halal dan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,423. Karena nilai t hitung ($5,432 > t$ tabel $1,872$), maka H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh antara Labelisasi Halal (variabel X) terhadap Keputusan Pembelian (variabel Y).²¹

²¹Aprilia Pertiwi1, Yulihar Mukhtar1, Linda Wati, "Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Solaria Cabang Plaza Andalas Padang", h. 1-11.

Ramadhan Rangkuti dalam penelitiannya menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh signifikan dengan nilai 0,000 akan tetapi memiliki kontribusi yang kecil karena menghasilkan nilai R square 0,221 atau 22,1 %.

Meski demikian mahasiswa FKIP Unasman berpendapat bahwa Labelisasi halal pada produk makanan dalam kemasan masih memiliki kekurangan dalam mekanisme penetapan label halal. Terdapat 74% responden berpendapat bahwa Labelisasi halal pada produk makanan dalam kemasan masih memiliki kekurangan dalam mekanisme penetapan label halal.

V. PENUTUP

Berdasarkan uraian pada bagian pembahasan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

- A. Labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan dikonfirmasi pada table 4.13. Ditunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel libelisasi adalah 0,983 dan nilai thitung 31, 871. Nilai koefisien regresi ini signifikan pada tingkat signifikansi 0,05 dengan *p value* sebesar 0,00. Hasil ini menjelaskan bahwa nilai koefisien regresi variabel labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan. Hasil ini diperkuat dengan hasil perhitungan nilai thitung dan ttabel. Nilai ttabel pada taraf signifikansi 5% dan df (derajat kebebasan) $n-k-1 = 106$ adalah 1,67. Dengan demikian, nilai thitung 31,871 > ttabel 1,67 sehingga dapat dikatakan bahwa libelsiasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian makanan.
- B. Tidak ada perbedaan rata-rata yang signifikan baik mahasiswa muslim maupun non muslim dalam melakukan keputusan pembelian makanan yang berlabel halal pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Al-Asy'ariah Mandar

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al Karim

Abdullah al-Hakim al-Naysabur, Muhammad bin 'Mustadrak al-H{a>kim; al-Mustadrak'Ala al-Sah}i>h}ain. Bairut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1990M/1411H.

Alma, Buchari *Kewirausahaan: Menumbuhkan wirausaha Bagi Mahasiswa dan Masyarakat Indonesia*, Cet. 14; Bandung: Al-Fabeta, 2009.

Amoraga, Panji. *Manajemen Bisnis*. Cet I; Jakarta: Rineka Cipta. 1997.

Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Cet ke 3; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

Bungin, H.M. Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Edisi kedua, Cet ke 8; Prenadamedia Group: Jakarta: 2014.

Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga; Jakarta: Balai Pustaka 2005.

Djalil, Basiq *Ilmu Ushul Fiqh*, edisi revisi Cet ke II; Jakarta: Kencana, 2014.

Fatona, Siti "Kualitas Jasa Yang Mempengaruhi Loyalitas Dan Relevansinya Terhadap Kepuasan" *Jurnal Dinamika Manajemen* 1, no. 1, 2010.

- Idri, H. *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Cet. I; Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Iranita, *Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji*. Jurnal PDF di Unggah pada 16 Maret 2016.
- Jāmi' al-sunnah wa syurūhihā. 15 Mei 2017. <http://hadithportal.com> (8 Juni 2017)
- Kamal Faqih Imani, Allamah. *Nūr al-Qur'ān: An Enlightening Commentary into The Light Of The Holy Qur'ān*. Jilid 4. terj. Anna Farida Cet.I; Jakarta: Al-Huda, 2003
- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Madinah: Mujamma' Khadim al Haramain asy-Syarifain al Malik Fahd li thiba'at al Mush-haf asy-Syarif, 2013.
- Kurnia Sari, Dewi dan Ilyda Sudardjat. "Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 1, no. 4, (2013)
- Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI*. Jakarta: LPPOM-MUI. 2008.
- Majelis Ulama Indonesia. Himpunan Fatwa majelis ulama Indonesia. Jakarta: Majelis Ulama Indonesia. 2010.
- Masthu. *Makanan Indonesia dalam Pandangan Islam*, Jakarta: Kantor Menteri Negara Urusan Pangan Republik Indonesia, 1995.
- Munawwir, Ahmad Warson. *al-Munawwir: Kamus Arab – Indonesia*. Cet. 25; Surabaya: Pustaka Progressif, 2002.
- Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada. 2006.
- Pertiwi, Aprilia dkk "Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Solaria Cabang Plaza Andalas Padang" <http://ejurnal.bunghatta.ac.id> 6,no2 (2015).
- Prasetyo, Bambang *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Priyatno, Dwi. *Mandiri Belajar SPSS Statistical Product and Service Solution: Untuk Analisis Data dan Uji Statistic*, Cet. II ; Yogyakarta : MediaKom, 2008
- Qardawi, Yusuf. *al-Qawaid al-Hakimah li al-Fiqh al-Muamalah*, Terj. Fedriah Hasmand, 7 *Kaidah Utama Fikih Muamalat*, Cet. 1; Pustaka Al-Kautsar: Jakarta. 2014.
- _____. *Halal Haram dalam Islam*, terj. H. Mu'ammal Hamidy, Edisi Revisi, Surabaya: PT. Bina Ilmu Surabaya, 2010.
- Republik Indonesia. "Undang-Undang RI Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal". Jakarta: 2014.
- Satyahadi, Alfred. "Pentingnya Penggunaan Label Pada Kemasan", *Indonesia Print Media* 13 April 2016. <http://www.indonesiaprintmedia.com/pendapat/> (13 April 2016).

- Shadiq, Daliya. Abdul Basith Jamal, “*Alquran dan Sains: Bahaya Memakan Bangkai, Darah dan Daging Babi*” <http://www.republika.co.id> (9 April 2017).
- Shihab, M. Quraish *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur’an*, Vol 4 Cet.III; Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R N D*, Alfabeta cet: 20 Jakarta 2014.
- Suryani dan Hendrayadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Cet I; Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Syahputra, Ady dan Haroni Doli Hamoraon. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 2. no. 8, (2014):
- Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Tesis dan Disertasi. Edisi revisi*. Makassar: Alauddin Pers.2014-2015.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Cet.I; Jakarta:Prenadamelia Group, 2014.