

# PENGARUH SERTIFIKASI HALAL TERHADAP MINAT KONSUMSI MAKANAN PRODUK AICIRO DI KOTA MALANG

Chofifah Wachid\*)  
Afifudin \*\*)  
Siti Aminah Anwar \*\*\*)

Email: [fifaachan1735@gmail.com](mailto:fifaachan1735@gmail.com)  
Universitas Islam Malang

## *Abstract*

This study aims to determine the effect of Halal Certification to Interest in Food Consumption Aiciro Product in Malang City. This type of research is correlational quantitative research. In this study the samples taken were Malang City Community and Malang City Community who have consumed Aiciro product with the number 35 people. Taking the number of samples using the Non Probability technique Sampling with Purposive Approach Sampling to obtain respondent. . The analysis tool used is a simple linear regression analysis using SPSS. The results showed that the sig value was  $0.009 < 0.05$  means that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. This means that the halal credential of the independent variable has a partial positive and significant impact on the interest consumption options of the dependent variable. This means that the presence of halal certification can influence Aichiro's interest in food consumption in the city of Malang.

**Keyword: Halal Certification, Consumption Interest**

## **Pendahuluan**

### **Latar Belakang**

Tubuh manusia merupakan kumpulan anatomi organ yang masing – masing memiliki kebutuhan yang wajib terpenuhi. Dari terawatnya organ pencernaan, maka akan melahirkan segala energi yang dibutuhkan oleh tubuh kita untuk beraktivitas dan tidak ada lagi cara paling sederhana dalam merawat pencernaan kita ini kalau bukan dari cara kita memilih makanan.

Tentunya untuk mengetahui mana makanan yang sepatutnya kita cerna, maka alangkah baiknya apabila kita mengetahui terlebih dahulu kriteria makanan yang harus kita hindari. Selain dari segi syariat, ternyata secara ilmiah pun terbukti memang makanan yang diharamkan islam itu tidak baik, contohnya babi.

Asupan makanan adalah penyebab utama dari datangnya kebaikan atau keburukan bagi tubuh kita. Maka dari itu sebagai makhluk yang paling mulia diantara segala makhluk, kita perlu betul – betul memperhatikan cara kita dalam memilih makanan dengan memilih makanan yang baik dan menyehatkan.

Era yang penuh dengan inovasi ini, melahirkan begitu banyak produk yang sangat variatif dan unik dibarengi dengan harga yang juga semakin terjangkau. Pantas saja *street food* sangat banyak digandrungi oleh kawula muda terutama di kota Malang yang notabene penduduknya diisi mahasiswa. Namun sayang, tidak semua *street food* memenuhi standar kehalalan yang dituntut syariat. Terlebih lagi produk *street food* Aiciro ini berasal dari negara

Taiwan yang mayoritas penduduknya non muslim, namun makanan ini sudah menyebar luas di Kota-kota besar termasuk di Kota Malang dan sudah bersertifikasi halal.

Di Indonesia sendiri demi memenuhi permintaan rakyat yang menginginkan kejelasan halal dalam setiap produk, Majelis Ulama Indonesia (MUI) memberikan produk legalisasi kehalalan dalam bentuk sertifikasi yang nantinya akan dibubuhi label halal di setiap produk ataupun di berbagai papan informasi tergantung dari bentuk fisik produk. Dengan ini masyarakat mendapatkan informasi yang jelas dari setiap produk yang ingin mereka nikmati tanpa harus khawatir apakah produk tersebut halal atau tidak.

Seperti yang peneliti bahas diawal, bahwasannya cara kita dalam memilih makanan sebagai muslim yang taat adalah sangat besar. Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk memilih topik yang berkaitan dengan sertifikasi halal jajanan *street food* dengan memfokuskan objek penelitian pada *street food* bermerk "AICIRO", jajanan *street food* yang dikenal dengan ayam crispy sebagai menu *signature* nya. Disini peneliti akan mengambil judul "**Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Konsumsi Produk Aiciro di Kota Malang**".

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Konsumsi Produk Aiciro di Kota Malang.

### **Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Konsumsi Produk Aiciro di Kota Malang.

### **Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

##### a. Bagi Peneliti

Kajian ini tidak hanya memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan tentang pokok bahasan, tetapi juga dapat menambah pengalaman pada mata pelajaran tersebut dan secara langsung mengimplementasikan teori yang diperoleh dalam perkuliahan.

##### b. Bagi Pembaca

Penelitian ini memberikan penambahan wawasan bagi mahasiswa yang mengambil Mata Kuliah Dasar-dasar Ekonomi Islam dan Fikih Muamalah.

##### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini juga memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya yaitu, sebagai bahan rujukan referensi, dan sumber informasi selanjutnya agar dapat dikembangkan dalam materi-materi yang lain.

#### **2. Manfaat Praktisi**

##### a. Bagi Majelis Ulama Indonesia (MUI)

Penelitian ini memberikan pengetahuan dan wawasan MUI untuk lebih proaktif dalam menjawab kebutuhan masyarakat. dan pemilik usaha guna memberikan sertifikasi halal bagi yang belum memiliki izin resmi agar hal ini dapat memberikan pengetahuan tentang mana produk yang sudah tersertifikasi halal dan yang belum.

b. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini memberikan pengetahuan dan wawasan pada pelaku usaha agar dapat memperhatikan kehalalan produknya dan meningkatkan kepuasan konsumen sesuai dengan strategi halal.

c. Bagi Masyarakat/Konsumen

Penelitian ini memberikan pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat dan konsumen produk Aiciro untuk tidak perlu waspada lagi karena produk Aiciro sudah memiliki label halal.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Kasnelly & Jalil (2019) Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal di Kuala Lumpur”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial adanya pengaruh antara variabel Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Masyarakat Membeli produk Label Halal.

Penelitian yang dilakukan Hayani (2019) yang berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumah Tangga Muslim di Pekanbaru”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Ibu Rumah Tangga Muslim di Pekanbaru, Bahan Makanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Ibu Rumah Tangga Muslim di Pekanbaru.

Menurut hasil penelitian Ashari (2019) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal Terhadap keputusan pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk dan Sertifikasi Halal secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo.

Pada penelitian Fauzan (2019) dengan judul “Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Restoran Cepat Saji KFC Simpang Lima Banda Aceh)”. Hasil dari ujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yang mengonsumsi KFC, variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang mengonsumsi KFC.

Rizki (2020) Pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Rempeyek Ilham Kecamatan Jelutung Kota Jambi). Hasil dari ujian secara parsial menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan variabel Sertifikasi Halal berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada usaha rempeyek Ilham Kecamatan Jelutung Kota Jambi.

Pada penelitian yang dilakukan Putri (2021) yang berjudul “Pengaruh Halal *Awareness* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Minuman *Korean Sparkling Water Mojiso* (Studi pada Mahasiswa Muslim penggemar Drama Korea)” . Berdasarkan hasil uji parsial hipotesis diterima dan variabel halal berpengaruh positif dan signifikan Minat Beli Konsumen Produk Minuman *Korean Sparkling Water Mojiso* (Studi pada Mahasiswa Muslim penggemar Drama Korea).

## **Tinjauan Teori**

### **Minat**

Hurlock (2004) menjelaskan bahwa minat adalah suatu motivasi untuk mendorong seseorang melakukan apa yang diinginkannya ketika diberi pilihan bebas. Jika mereka melihat sesuatu yang berguna, mereka tertarik. Hal ini akan membawa kepuasan konsumen. Kurang puas, kurang tertarik, dan sebaliknya.

### **Konsumsi**

Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah perilaku setiap orang yang mengonsumsi dan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. (Imamudin, 2001).

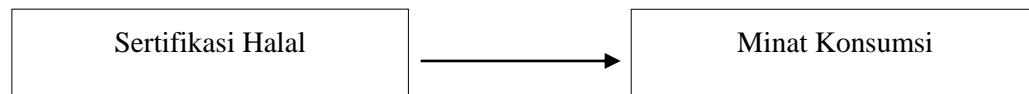
### **Minat Konsumsi**

Bercermin dari beberapa ahli yang telah menerangkan pengertian minat dan pengertian konsumsi diatas maka dapat kita ambil kesimpulan bahwasannya pengertian dari minat konsumsi yaitu suatu kecenderungan mental yang dapat mendorong manusia berbuat aktivitas demi memenuhi kepuasan dirinya dengan cara menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa tertentu.

### **Sertifikasi Halal**

Menurut MUI (2019) Sertifikasi Halal yaitu fatwa yang tertulis dari (MUI) Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan pedoman Al-quran dan sesuai dengan syariat islam. Sertifikasi halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin produk halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia.

### **Kerangka Konseptual**



### **Hipotesis**

H<sub>1</sub>: Sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap Minat Konsumsi makanan Produk Aiciro

### **Metode Penelitian**

#### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan analisis berupa data angka. Menurut Azwar (2010). Metode penelitian yang akan digunakan peneliti adalah metode penelitian Kuantitatif Korelasional. Azwar (2010) Mengatakan bahwa penelitian korelasional bertujuan untuk menguji bagaimana variasi dengan satu atau lebih variabel lainnya.

#### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang,

#### **Waktu Penelitian**

Waktu yang dilaksanakan dalam penelitian ini dilakukan mulai bulan November 2021 sampai dengan bulan Juni 2022.

#### **Populasi dan Sampel**

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Malang yang mengonsumsi produk Aiciro. diutamakan mahasiswa yang mengonsumsi produk Aiciro yang tidak diketahui

secara pasti, maka penentuan sampelnya sebanyak 35 responden menggunakan rumus malhotra yang di tentukan oleh (Malhotra,2009). Dengan teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria dalam penelitian ini yaitu:

1. Masyarakat Kota Malang Kecamatan Lowokwaru.
2. Masyarakat Kota Malang Kecamatan Lowokwaru yang pernah mengonsumsi produk Aiciro.

## Definisi Operasional Variabel

### Variabel Dependen

#### 1. Minat Konsumsi

Minat Konsumsi Produk Aiciro adalah sikap yang ditunjukkan konsumen dalam ketertarikannya mengonsumsi suatu produk yang sesuai dengan pemenuhan kepuasan dan kebutuhan yang sebelum mengambil keputusan dipengaruhi oleh suatu tindakan.

1. Minat Transaksional
2. Minat Referensial
3. Minat Preferensial
4. Minat Eksploratif

#### 2. Sertifikasi Halal

Sertifikasi Halal yaitu fatwa yang tertulis dari (MUI) Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan pedoman al-quran dan sesuai dengan syariat islam.

1. Sebagai jaminan keamanan.
2. Pemilihan produk halal didasarkan logo halal.
3. Sebagai penentu standar dan penilaian halal.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Ket.
Sertifikasi Halal (X1)	X1.1	0.513	0.2746	Valid
	X1.2	0.764	0.2746	Valid
	X1.3	0.486	0.2746	Valid
	X1.4	0.835	0.2746	Valid
	X1.5	0.782	0.2746	Valid
	X1.6	0.790	0.2746	Valid
	X1.7	0.511	0.2746	Valid
Minat Konsumsi (Y)	Y1	0.768	0.2746	Valid
	Y2	0.734	0.2746	Valid
	Y3	0.417	0.2746	Valid
	Y4	0.721	0.2746	Valid
	Y5	0.705	0.2746	Valid
	Y6	0.733	0.2746	Valid

*Sumber: Data primer diolah, 2022.*

Korelasi faktor r hitung menunjukkan nilai positif dan besarnya signifikan dibawah atau sama dengan 0,05 Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai r hitung tiap variabel pada kolom r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen tersebut dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 2**  
**Uji Reliabilitas Instrumen**

No	Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
1	Sertifikasi Halal	0,805	Reliabel
2	Minat Konsumsi	0,763	Reliabel

*Sumber : data primer diolah 2022*

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa semua elemen variabel yang digunakan reliabel. Artinya, nilai r alpha untuk setiap elemen variabel lebih besar dari 0,6. Artinya alat pengukur ini dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya.

### Uji Normalitas

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94777559
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.071
	Negative	-.142
Test Statistic		.142
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

*Sumber : Data Primer diolah, 2022*

Berdasarkan Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa nilai Kolmogrov-smirnov yang diperoleh dari hasil uji keluaran SPSS adalah nilai Asymp.Sig. (2-tailed) > 0,05. Dari sini dapat disimpulkan bahwa item-item variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal karena dihasilkan nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,073.

**Uji Asumsi Klasik**  
**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.953	4.301		3.709	.001		
Sertifikasi Halal	.365	.132	.434	2.770	.009	1.000	1.000

a. Dependent Variable:  
 Minat Konsumsi

*Sumber : Data Primer diolah, 2022*

Berdasarkan table 4.13 dapat diketahui bahwa nilai Tolerance lebih besar dari >0.10 yaitu 1.000 yang artinya tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan nilai VIF lebih kecil dari <10.00 yaitu 1.000 yang artinya tidak terjadi multikolinearitas.

**Uji Heteroskedasitisitas**

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Heteroskedasitisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.642	2.491		1.863	.071
	Sertifikasi Halal	-.095	.076	-.212	-1.246	.221

a. Dependent Variable: Minat Konsumsi

## Uji Regresi Linier Sederhana

**Tabel 6**  
**Hasil uji Analisis Regresi Linier Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	15.953	4.301		3.709	.001
	Sertifikasi Halal	.365	.132	.434	2.770	.009

a. Dependent Variable: Minat Konsumsi

Koefisien persamaan regresi linier sederhana di atas dapat diartikan sebagai koefisien regresi konstanta 15,953. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel Sertifikat Halal nol atau tetap, minat konsumen meningkat sebesar 15,953 unit atau 15,9%.

Variabel Sertifikat Halal 0,365 menunjukkan bahwa peningkatan 1 unit pada variabel Sertifikat Halal akan meningkatkan konsumsi bunga sebesar 0,365 unit atau 365%.

## Uji Hipotesis

### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.434 <sup>a</sup>	.189	.164	1.977

a. Predictors: (Constant), Sertifikasi Halal

*Sumber : Data Primer diolah, 2022*

Dari Tabel 5 di atas, kita dapat melihat bahwa nilai total dari R square adalah 0,189. Ini berarti bahwa semua variabel independen, atau sertifikat Halal, memiliki kontribusi bersamaan sebesar 18,9% terhadap variabel dependen, minat konsumen. Nilai 81,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.



## Uji t

**Tabel 8**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.953	4.301		3.709	.001
	Sertifikasi Halal	.365	.132	.434	2.770	.009

a. Dependent Variable: Minat Konsumsi

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel Sertifikasi Halal Nilai sig pada tabel menunjukkan angka  $0,009 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, yang artinya variabel bebas Sertifikasi Halal berpengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat Minat Konsumsi. Yang artinya bahwa dengan adanya Sertifikasi Halal ini mampu mempengaruhi Minat Konsumsi Produk Aiciro di Kota Malang ini.

### Simpulan dan Saran

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa, variabel bebas Sertifikasi Halal berpengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat Minat Konsumsi.
2. Teknik pemilihan dan pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan pendekatan *Purposive Sampling*.

### Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya memiliki nilai R Square 0,189 Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sertifikasi Halal hanya berpengaruh 18,9% terhadap variabel Minat Konsumsi sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Sehingga memerlukan pengamatan terhadap variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Minat Konsumsi.
2. Analisis ukuran sampel dengan teori Malhotra menghasilkan jumlah responden yang hanya 35 orang, dalam hal ini tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan sesungguhnya.

### Saran

1. Disarankan bagi peneliti selanjutnya agar menambah jumlah variabel, karena faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumsi tidak hanya sertifikasi halal.
2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya agar memperbanyak jumlah responden menggambarkan keadaan sesungguhnya.

## Daftar Pustaka

- Ahsan, Z. (2012). Hubungan minat fotografi dengan motivasi bekerja pada anggota organisasi jhepret club Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ashari, M. (2019). Pengaruh pengetahuan produk dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun (*Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya*).
- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar Offset.
- Darmawan, A. (2012). Minat Siswa Kelas IV dan V SD Negeri 1 Batur Banjarnegara Terhadap Ekstrakurikuler Bolavoli Mini Tahun Ajaran 2011/2012.
- Dede Nurohman, Memahami Dasar Dasar Ekonomi Islam ( Yogyakarta: Teras,2011)
- Fauzan, T. A. (2020). Pengaruh Sertifikat Halal Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus KFC Simpang Lima Banda Aceh) (*Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry*).
- Febriani, V. A., & Sugiono, S. (2012). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pasien poliklinik rawat jalan Rumah Sakit dr. Cipto Mangunkusumo) (*Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis*).
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Mulvariate Dengan dengan Program IBM SPSS (KE-7)*. Universitas Diponegoro.
- Hayani, N. (2019). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh Ibu Rumah Tangga Muslim Di Pekanbaru. *Al-Amwal*, 8(1), 31-44.
- <https://news.detik.com/berita/d-4666357/mui-ingin-rebut-kembali-otoritas-sertifikasi-halal-ini-kata-kemenag>
- <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/kriteria-sistem-jaminan-halal-dalam-has23000>
- <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/prosedur-sertifikasi-halal-mui-untuk-produk-yang-beredar-di-indonesia>
- Hurlock, E.B. 2004. Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan). Alih Bahasa oleh Istiwidayati & Zarkasih. Jakarta: Erlangga
- Immamudin Yuliadi, Ekonomi Islam Sebuah Pengantar ( Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001)
- Indriantoro, I., & Priyana, Y. (2014). Pengetahuan Masyarakat Terhadap Mitigasi Bencana Kekeringan di Kecamatan Tawang Sari Kabupaten Sukoharjo (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).

- Jalil, S. K. A. (2019) Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal Di Kuala Tungkal. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 21-43.
- Lailla, N., & Tarmizi, I. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan di Food Courd UMJ. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. PT Index.
- Putri, C. R. (2021). Pengaruh Halal Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Minuman Korean Sparkling Water Mojiso (Studi pada Mahasiswa Muslim Penggemar Drama Korea).
- Rizki, S., Mubyarto, N., & Anita, E. (2020). Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Rempeyek Ilham Kecamatan Jelutung Kota Jambi) (*Doctoral dissertation, UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi*).
- Rofi'ah, S. (2018). Pengaruh Harga Karet Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Islam (Studi Kasus di Desa Air Panas Kecamatan Pendalian IV Koto Kabupaten Rokan Hulu) (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*).
- Rosyid, M. H. (2017). Analisa perilaku konsumsi santri di pondok pesantren wali songo ngabar perspektif ekonomi islam (*Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo*).
- Santoso, S. (2002). *SPSS Statistik Parametrik*. PT Elex Media Komputindo.
- Sardiman. (2003) *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sardirman Am. (1990). *Psikologi Umum*. Jakarta: Aksara Basa
- Sugiyono, E. W., Wibowo, E., & Pd, S. (2001). *Statistika penelitian. Edisi I, Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susilowati, E. T. (2010). Hubungan Minat Menonton Tayangan Film Kartun Laga Di Televisi Pada Agresivitas Siswa SDN Ngimbang Palang
- Muhammad Iqbal, M. I., & Pamudji, S. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Kegiatan Ppak: Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang (*Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro*).
- Syafrida, S. (2016). Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *ADIL: Jurnal Hukum*, 7(2), 159-174.
- Tampubolon. (1991). *Mengembangkan Kebiasaan Membaca Pada Anak*. Bandung: Angkasa.
- Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). Muslim's purchase intention towards non-Muslim's Halal packaged food manufacturer. *Procedia-*

*Social and Behavioral Sciences, 130, 145–154.*