

Hubungan Daya Tarik Dan Minat Beli Masyarakat Muslim Terhadap Pencantuman Label Halal (Studi Kasus Bakso Pak Mien Bogor)

Suni Silfania
Universitas Ibnu Khaldun Bogor
sunisilfania739@gmail.com

ABSTRACT

Instructions on Relationship between Attractiveness and Interest in Buying Muslim Communities Against Inclusion of Halal Labels (Case Study of Meatball Pak Mien Bogor). This study was conducted to examine the relationship that exists in the attractiveness and interest in buying Muslim society against the inclusion of halal certification in Pak Mien Bogor Meatballs. The purpose of this study was to find out the process of halal label inclusion, and find out the magnitude of the relationship between the attractiveness and interest in buying with a halal label in Meatball Pak Mien Bogor. The formulation of the problem in this study is 1. How is the inclusion of halal labels in Pak Mien Bogor Meatballs? 2. How big is the relationship between Attractiveness with halal labels in Meatballs Pak Mien Bogor, and 3. How big is the relationship between people's buying interest and halal label in Meatball Pak Mien Bogor. The method used in this thesis is the multiple correlation method. Because in this study there are three variables, namely two variables X (buying interest and interest) and one variable Y (labeling halal). In statistics, the term correlation is a measure used to determine the degree of a relationship, especially for quantitative data. In this thesis discussed is the relationship between the inclusion of halal labels and the attractiveness and interest in buying people in Bakso Pak Mien. Relationship Attractiveness with the inclusion of a Halal Label on Pak Mien's meatballs. Based on the results of the analysis, this research shows that there is a strong enough relationship evidenced from the results of the Product Moment correlation analysis obtained by calculating the value of $r_{x1, y}$ by 0.50 indicating that X1 with Y when the other variables are constant. While the results of the Buy Interest with the inclusion of a Halal Label on Bakso Pak Mien get the calculation result of r_{x2y} value of 0.40 indicating that X1 with Y when the other variable is constant is strong enough.

Keywords: Halal Label, Attractiveness, Buying Interest

ABSTRAK

Petunjuk Hubungan Daya Tarik dan Minat Beli Masyarakat Muslim Terhadap Pencantuman Label Halal (Studi Kasus Bakso Pak Mien Bogor). Penelitian ini dilakukan untuk menguji hubungan yang ada pada daya tarik dan minat beli masyarakat muslim terhadap pencantuman sertifikat halal di Bakso Pak Mien Bogor. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui proses dari pencantuman label halal, dan mengetahui besar hubungan antara daya tarik dan minat beli dengan label halal di Bakso Pak Mien Bogor. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1. Bagaimana proses pencantuman label halal di Bakso Pak Mien Bogor? 2. Seberapa besar hubungan antara Daya Tarik dengan label halal di Bakso Pak Mien Bogor, dan 3. Seberapa besar hubungan antara Minat Beli masyarakat dengan label halal di Bakso Pak Mien Bogor. Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode korelasi

berganda. Karna dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu dua variabel X (daya tarik dan minat beli) dan satu variabel Y (pencantuman label halal). Dalam ilmu statistik, istilah korelasi adalah ukuran yang dipakai untuk mengetahui derajat hubungan, terutama untuk data kuantitatif. Dalam skripsi ini yang dibahas adalah ada tidaknya hubungan pencantuman label halal terhadap daya tarik dan minat beli masyarakat di Bakso Pak Mien. Hubungan Daya Tarik dengan pencantuman Label Halal pada bakso Pak Mien. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat dibuktikan dari hasil analisis korelasi Product Moment diperoleh hasil perhitungan nilai $r_{x1,y}$ sebesar 0,50 menunjukkan bahwa X1 dengan Y ketika variabel lainnya konstan. Sedangkan hasil dari Minat Beli dengan pencantuman Label Halal pada Bakso Pak Mien mendapatkan hasil perhitungan nilai r_{x2y} sebesar 0,40 menunjukkan bahwa X1 dengan Y ketika variabel lainnya konstan adalah ukup kuat.

Kata Kunci: Label Halal, Daya Tarik, Minat Beli

1. PENDAHULUAN

Indonesia yang notabene berpenduduk muslim terbesar di dunia, kurang lebih 87,18% penduduknya menganut agama Islam. Dalam Islam, halal dan haram adalah bagian dari hukum syara' yang saling berseberangan. Allah SWT memerintahkan kepada setiap muslim untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal dan sebisa mungkin tayyib (baik dan menyehatkan).

Seperti yang banyak diketahui pula, saat ini banyak pedagang-pedagang curang yang mencampurkan bahan-bahan yang tidak halal bahkan yang tidak baik dikonsumsi. Tetapi demi meraih keuntungan yang besar produk yang tidak halal bahkan tidak layak untuk dikonsumsi tersebut tetap saja diproduksi dan disebarluaskan di masyarakat. Hal ini memicu kekhawatiran sebagian masyarakat khususnya umat muslim untuk mengkonsumsi berbagai makanan dan minuman yang beredar dipasaran saat ini.

Makanan yang halal menurut agama Islam adalah makanan yang dibolehkan untuk dimakan menurut ketentuan syari'at Islam. Segala sesuatu baik berupa tumbuhan, buah-buahan, ataupun binatang pada dasarnya adalah halal dimakan, kecuali apabila ada nash Al-Quran atau Al-Hadits yang mengharamkannya. Ada kemungkinan sesuatu itu menjadi haram karena mengandung mudharat atau bahaya bagi kehidupan manusia.

"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS. Al-Baqarah/2:168).

Dari ayat di atas maka jelaslah bahwa makanan yang dimakan oleh seorang muslim hendaknya memenuhi 2 syarat, yaitu:

- a) Halal, artinya ditetapkan atau disyariatkan untuk dimakan dan tidak dilarang oleh hukum syara'.
- b) Baik, artinya makanan itu bergizi dan bermanfaat untuk kesehatan. Dengan demikian halal itu ditinjau dari Islam sedangkan baik ditinjau dari ilmu kesehatan.
Kehalalan dan keharaman suatu zat dalam Islam meliputi 4 aspek:
 - a) Halal zatnya, yakni segala sesuatu yang tidak diharamkan oleh Al-Qur'an dan As-Sunnah. Babi adalah haram zatnya, meskipun disembelih dengan nama Allah SWT, tetap keharamannya.
 - b) Halal sifatnya, yakni makanan atau minuman yang memiliki sifat iskar (sifat memabukkan), meskipun yang mengkonsumsinya tidak mabuk, tetap haram, karena haramnya terletak pada sifatnya, bukan pada akibatnya.
 - c) Halal proses perolehannya, harta hasil korupsi, atau hasil berniaga dengan

kebohongan tetap haram, atau kambing adalah binatang halal, namun jika disembelih tidak dengan nama Allah SWT berubah menjadi haram.

- d) Halal pada akibatnya, harta yang halal tetapi mengakibatkan perbuatan dosa berubah menjadi haram. (Umpamanya) orang yang mengkonsumsi durian sampai mabuk, maka menjadi haram.

Konsumen Islam pastinya akan memilih makanan dan produk yang sudah dinyatakan kehalalannya dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan kehalalannya oleh lembaga yang berwenang. Untuk mempermudah mengetahui makanan ataupun minuman yang dikonsumsi halal, khususnya makanan ataupun minuman pada produk maka dapat dilihat dari sertifikat / label halal yang tercantum pada makanan ataupun minuman tersebut.

Dari sisi produsen sertifikat halal mempunyai peran antara lain; (1) sebagai pertanggungjawaban produsen kepada konsumen muslim, mengingat masalah halal merupakan bagian dari prinsip hidup muslim, (2) meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen, (3) meningkatkan citra dan daya saing perusahaan, dan (4) sebagai alat pemasaran serta untuk memperluas area pemasaran. Pengertian halal menurut Departemen agama yang dimuat dalam KEPMENAG (Keputusan Menteri Agama) RI No. 518 Tahun 2001 Tentang pemeriksaan dan Penerapan Pangan Halal adalah: “tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam.”

Dalam kriteria halal-haramnya suatu makanan, dengan demikian Label Halal adalah label yang diberikan kepada produk-produk yang telah memenuhi kriteria halal menurut agama Islam. Perusahaan-perusahaan yang mencantumkan produknya dengan Label Halal perusahaan tersebut telah melakukan proses halal pada produknya.

Teraplikasinya perdagangan pangan yang jujur dan bertanggungjawab merupakan salah satu tujuan penting dari pengaturan, pembinaan dan pengawasan dibidang pangan seperti yang dikehendaki oleh UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan. Banyaknya bahan makanan yang beredar di masyarakat tanpa memperhatikan pencantuman Label Halal sesungguhnya merupakan pelanggaran hak terhadap konsumen yang beragama Islam. Belum lagi pemakaian boraks, formalin, bahan pengawet dan pewarna pakaian yang dipakai dalam bahan pangan yang dapat mengakibatkan terganggunya kesehatan manusia.

Pada masa lalu pengolahan dan pemanfaatan bahan-bahan baku untuk pangan, obat-obatan dan kosmetika sangat sederhana dan berasal dari bahan tumbuh-tumbuhan. Akan tetapi seiring perkembangan waktu manusia menemukan teknologi yang ternyata dapat merekayasa apa yang terdapat pada alam sampai hal-hal yang sifatnya mikro sekalipun. Jika pada masa lalu untuk mengetahui sebuah produk halal bukan merupakan persoalan yang sulit karena bahan baku yang digunakan dapat diketahui secara jelas dan proses pembuatannya tidak terlalu rumit, maka berbeda halnya dengan apa yang terjadi hari ini.

Beberapa waktu lalu konsumen di Indonesia dihebohkan oleh temuan adanya bakso yang dibuat dari daging tikus dan babi. Pernah juga terjadi beberapa kosmetik memiliki unsur dari hewani yang sifatnya haram. Mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam merasa terkejut dan khawatir bahwa bakso dan kosmetik yang mereka konsumsi dan pakai selama ini berasal dari daging babi dan bahan yang diharamkan. Hal itu dikarenakan saat ini ilmu pengetahuan dan teknologi pada bidang pangan, obat-obatan, dan kosmetika mengalami perkembangan pesat yang luar biasa.

Melihat dari jumlah penduduk muslim di Indonesia yang begitu besar, sebagai konsumen muslim Allah SWT memerintahkan untuk mengkonsumsi suatu makanan dan minuman produk yang halal. Disamping itu produsen dituntut untuk memproduksi produk-produk halal yang akan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam sebagai tanggung jawab keagamaannya. Bakso Pak Mien merupakan usaha yang dibangun sendiri oleh Pak Mien pada tahun 1985. Bakso Pak Mien juga merupakan salah satu tempat makan bakso yang memiliki prinsip untuk selalu menjaga kualitas bahan baku dan

kebersihan, karena akan berpengaruh terhadap cita rasa. Tidak hanya bakso, di Bakso Pak Mien juga menyediakan makanan lainnya seperti es campur, mie ayam, kwetiaw, capcay dan juga nasi goreng. Bakso Pak Mien adalah salah satu tempat yang telah mendapatkan sertifikat halal dari MUI kota Bogor.

Melihat fenomena tersebut, penulis berasumsi bahwa pencantuman label halal dan daya tarik label halal akan meningkatkan minat beli konsumen. Berkaitan dengan hal ini, penulis tertarik untuk mengambil tema “Hubungan Daya Tarik Dan Minat Beli Masyarakat Muslim Terhadap Pencantuman Label Halal (Studi Kasus Bakso Pak Mien Bogor)”. Dimana penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi perusahaan yaitu, perusahaan dapat mengetahui tanggapan konsumen terutama masyarakat muslim mengenai pencantuman label halal yang terdapat pada makanan ataupun minuman yang di produksinya. Serta mengetahui apakah ada hubungan antara pencantuman label halal terhadap daya tarik dan minat beli masyarakat terhadap produk makanan dan minuman yang di pasarkan.

2. KAJIAN LITERATUR

A. Pengertian Halal-Haram Dalam Makanan

Halal adalah segala sesuatu yang disyareatkan Allah SWT dan Rasul-Nya dalam al-Qur'an maupun hadits baik dengan pernyataan tegas maupun dalam bentuk prinsip; yang diperintahkan Allah SWT dan Rasul-Nya, tidak dilarang, tidak membahayakan, atau sesuatu yang didiamkan oleh Allah SWT dan Rasul-Nya (Hasbi Indra et al., 2014).

Haram adalah sesuatu yang dilarang menurut ajaran Islam, sebagaimana tercantum dalam Al-Quran, sebagai berikut:

Mereka menanyakan kepadamu: "Apakah yang dihalalkan bagi mereka?". Katakanlah: "Dihalalkan bagimu yang baik-baik dan (buruan yang ditangkap) oleh binatang buas yang Telah kamu ajar dengan melatih nya untuk berburu; kamu mengajarnya menurut apa yang Telah diajarkan Allah kepadamu. Maka makanlah dari apa yang ditangkannya untukmu, dan sebutlah nama Allah atas binatang buas itu (waktu melepaskannya). dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat cepat hisab-Nya (Al-Maidah ayat 4).

Makanan adalah barang yang dimaksudkan untuk dimakan atau diminum oleh manusia serta bahan yang digunakan dalam produksi makanan dan minuman. Berarti makanan dan minuman halal adalah makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut ajaran Islam, menurut jenis makanan dan cara memperolehnya. Pasangan halal adalah Tayyib yang artinya ‘baik’. Suatu makanan dan minuman tidak hanya halal, tetapi juga harus tayyib, apakah layak di konsumsi atau tidak, atau bermanfaat bagi kesehatan.

Pada dasarnya semua makanan dan minuman yang berasal dari tumbuh-tumbuhan, sayur-sayuran, buah-buahan dan hewan adalah halal kecuali yang beracun dan membahayakan kesehatan manusia. Seperti firman Allah SWT dalam Al Qur'an surat Al Maidah ayat 1:

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya. (Al Maidah :1)

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa makanan dan minuman halal adalah makanan dan minuman yang diizinkan untuk di makan dan diminum dalam agama islam. Sedangkan makanan dan minuman haram adalah makanan dan minuman yang membahayakan atau yang Allah SWT dan Rasul melarangnya. Sedangkan dari jenisnya makanan dan minuman yang haram terdiri dari binatang seperti, bangkai, darah, babi, dan hewan yang disembeli dengan nama selain Allah SWT. Sedangkan tumbuh-tumbuhan, sayur-

sayuran, dan buah-buahan boleh di makan kecuali yang mendatangkan bahaya atau memabukan baik secara langsung maupun prosesnya. Sedangkan dalam jenis minuman haram adalah semua minuman halal kecuali minuman yang memabukan atau minuman dengan campuran benda-benda najis baik sedikit maupun banyak.

B. Daya Tarik Produk

Produk menurut Kotler memiliki pengertian sebagai segala sesuatu yang ditawarkan produsen ke pasar dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Bila dilihat dari pemahaman produsen, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan atau dijual kepada konsumen sebagai usaha untuk mencapai tujuan bisnis atau organisasi dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam melakukan pembelian produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, konsumen pun melakukan pertimbangan dan melakukan pembelian pada produk yang menurut konsumen tersebut memiliki daya tarik.

C. Minat Beli

Kotler & Keller, 2009, minat beli merupakan perilaku dari konsumen yang timbul karena respon konsumen tersebut terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian produk.

Ada empat tipe perilaku pembeli konsumen berdasarkan pada tingkat keterlibatan membeli dan tingkat perbedaan di antara mereka yaitu Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis.

Sedangkan menurut Ferdinand (2002), minat beli diidentifikasi melalui beberapa indikator, yaitu minat transaksional, minat preferensial, dan minat eksploratif.

3. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

1. Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode korelasi. Dalam ilmu statistik, istilah korelasi adalah ukuran yang dipakai untuk mengetahui derajat hubungan, terutama untuk data kuantitatif.
Dalam skripsi ini yang dibahas adalah ada tidaknya hubungan pencantuman label halal terhadap daya tarik dan minat beli masyarakat di Bakso Pak Mien.
2. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian. Jenis penelitian dalam penyusunan skripsi ini tergolong sebagai Penelitian Lapangan atau Kencah (Field Reseach). Menurut Suharsimi Arikunto, Penelitian yang paling banyak dilakukan adalah penelitian kencah / penelitian lapangan. Sesuai dengan bidangnya, maka kencah penelitian akan berbeda-beda tempatnya. Adapun tempat penelitian ini adalah di Bakso Pak Mien Bogor Kb. Pedes, Tanah Sareal No.65, dan waktu penelitian pada bulan Agustus 2018.
3. Teknik Penelitian. Dalam memperoleh dan pengumpulan data yang dibutuhkan, penyusun menempuh beberapa tahap penelitian yang sudah sering digunakan dalam penelitian lapangan, baik yang sifatnya penelitian popusali (keseluruhan) maupun penelitian sample (wakil populasi) sebagai berikut
4. Penentuan populasi. Yang dimaksud dengan populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil perhitungan ataupun pengukuran, kualitatif maupun kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin di pelajari sifat-sifatnya. Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat yang menjadi konsumen di Bakso Pak Mien Bogor, dalam sehari konsumen datang sekitar 150 orang.

5. Sampel. Sampel adalah sebagian atau wakil populasinya yang diteliti. Apabila subjeknya kurang dari 100, diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.” Dalam penelitian ini, subjeknya kurang lebih ada 150 orang, maka penulis mengambil sampelnya sebanyak 20% dari jumlah populasi dengan perhitungan $(150 \times 20) : 100 = 30$. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampelnya adalah 30 konsumen yang diambil secara acak sederhana (Simpel Random Sampling).
6. Teknik Pengumpulan Data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan empat teknik pengumpulan data yang ada, yaitu:
 - a. Observasi (pengamatan), yaitu memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata. Dengan mengadakan usaha pengamatan yang cermat melalui pengumpulan bahan keterangan yang cermat melalui pengumpulan bahan keterangan mengenai kenyataan yang hendak dipelajari dan diteliti di lokasi penelitian. Observasi ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang kongkrit tentang kondisi objektif kedai Bakso Pak Mien Bogor.
 - b. Angket (kuesioner), adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti tentang pribadi, atau hal-hal yang di ketahui.
 - c. Dalam penelitian ini, penyebaran angket diberikan kepada konsumen tentang pendapatnya mengenai pencantuman label halal di Bakso Pak Mien Bogor. Untuk keperluan analisis kuantitatif, Angket yang digunakan berupa pilihan yang telah disediakan, lima jawaban dengan skor masing-masing sebagai berikut:
 - Responden yang memeberikan jawaban “Sangat Setuju” diberi skor 5
 - Responden yang memberikan jawaban “Setuju” diberi skor 4
 - Responden yang memberikan jawaban “Ragu-ragu” diberi skor 3
 - Responden yang memberikan jawaban “Tidak Setuju” diberi skor 2
 - Responden yang memberikan jawaban “Sangat Tidak Setuju” diberi skor 1
 - d. Wawancara (Interview), merupakan sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (interview) untuk memperoleh informasi dari terwawancara.
 - e. Dokumentasi (arsip), yaitu barang-barang tertulis, metode ini terutama berkaitan dengan sertifikat halal yang terdapat di Bakso Pak Mien.
 - f. Korelasi Berganda. Koifisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang di nyatakan dalam bilangan yang di sebut dengan Koifisien Korelasi. Koifisien Korelasi di simbolkan dengan huruf R besarnya Koifiseien Korelasi adalah antara -1 ; 0 ; dan 1.

Apabila besarnya korelasi adalah -1 maka ia dinyatakan korelasi negative sempurna artinya terdapat hubungan 2 atau lebih variabel namun arahnya terbalik atau saling berlawanan, sedangkan jika koifisiennya 0 maka dianggap tidak terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih lebih dan jika koifisiennya adalah 1 maka dianggap berkorelasi sempurna secara positif atau searah, yang artinya terdapat hubungan yang kuat secara searah antara dua atau lebih variabel yang di uji. Sedangkan harga R sendiri mempunyai nilai intervalnya masing masing, berikut interpretasinya:

Tabel III.4
Tabel Interval Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,1999	Sangat Rendah

0,20 - 0,3999	Rendah
0,40 - 0,5999	Cukup
0,60 - 0,7999	Kuat
0,80 - 1,0000	Sangat Kuat

Rumus yang digunakan dalam Korelasi Ganda adalah sebagai berikut:

$$r_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Keterangan :

- $r_{x_1x_2}$: koefisien korelasi berganda
- X1 : variabel bebas X1
- X2 : variabel bebas X2
- r_{x_1y} : koefisien korelasi antara X1 dan Y
- r_{x_2y} : koefisien korelasi antara X2 dan Y
- $r_{x_1x_2y}$: koefisien korelasi berganda antara X1X2 dan Y
- Y : variabel dependent

Uji Signifikan

Berikut uji signifikansi dengan rumus Fhitung:

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{1 - R^2} \frac{1}{(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R = Nilai Koefisien Korelasi ganda

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Sampel

F = nilai F hitung yang selanjutnya akan di bandingkan dengan F table.

Derajat kebebasan atau db untuk menguji harga F adalah N-m-1. Selanjutnya harga Fhitung dikonsultasikan dengan harga Ftabel, apabila harga Fhitung lebih besar dari harga Ftabel pada taraf signifikansinya 5%, maka hubungan antara prediktor dengan kriterium signifikan. Pengambilan Keputusan Menggunakan Pengujian Signifikansi:

Jika F hitung > F table maka ia signifikan

Jika F hitung < F tabel maka tidak signifikan

Cara mencari nilai F table adalah dengan menggunakan α dengan persamaan: F table

$$F_{(1-\alpha)(k)(n-k-t)}$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Bakso Pak Mien, adapun jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 orang responden yang berstatus sebagai pelanggan Konsumen Bakso Pak Mien. Di bawah ini akan dijelaskan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan, diantaranya adalah sebagai berikut:

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kelompok Jenis Kelamin	Jumlah Responden	%
Pria	13	43,3%
Perempuan	17	56,7%
Jumlah	30	100%

Berdasarkan Tabel IV.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 30 orang konsumen perempuan sebesar 56,7% dan untuk konsumen pria sebesar 43,3%.

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kelompok Usia	Jumlah Responden	%
<19 tahun	4	13,3%
20-29	14	46,7%
30-39	8	26,7%
40-49	3	10%
>50 tahun	1	3,3%
Jumlah	30	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel IV.2 di atas dapat diketahui bahwa dari 30 orang responden, sebagian besar responden berusia 20-29 tahun dengan jumlah 46,7%, kemudian usia <19 tahun berjumlah 13,3%, kemudian usia 30-39 tahun sebanyak 26,7%, usia 40-49 tahun sebanyak 10% dan responden terkecil yaitu 3,3% berada pada usia >50 tahun.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Kelompok Pekerjaan	Jumlah Responden	%
SMA/SMK	18	60%
D3	4	13,3%
S1	7	23,3%
Lainnya	1	3,4%
Jumlah	30	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel IV.3 di atas dapat diketahui bahwa dari 30 orang responden, sebagian besar pendidikan terakhirnya adalah SMA/SMK, yaitu sebanyak 60%, untuk diploma sebanyak 13,3%, untuk Sarjana sebanyak 23,3%, dan untuk lainnya sebanyak 1%.

Rekapitulasi Variabel Penelitian

Berdasarkan deskripsi variabel penelitian maka dapat direkap data–data dari variabel tersebut yang dapat dilihat pada tabel Tabel IV.4 berikut:

Tabel IV.4
Data Rekapitulasi Label halal, Daya tarik, Minat beli

No. Responden	X	Y1	Y2

1	12	28	29
2	15	29	30
3	13	25	31
4	12	26	30
5	12	29	33
6	12	27	34
7	12	24	29
8	12	27	30
9	12	24	28
10	12	29	33
11	12	24	29
12	15	27	32
13	12	26	30
14	12	24	29
15	12	24	28
16	15	29	34
17	14	27	30
18	12	24	28
19	12	28	34
20	15	26	31
21	15	30	35
22	13	27	31
23	13	24	28
24	15	30	35
25	15	30	35
26	12	28	34
27	12	28	34
28	13	28	34
29	14	28	34
30	14	27	31

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Analisis Data

Korelasi berganda (multiple correlation) merupakan korelasi yang terdiri dari dua variabel bebas yaitu daya tarik (X1) dan minat beli (X2), serta satu variabel terikat yaitu label halal (Y).

Tabel IV.5
Tabel Korelasi Berganda

Korelasi Berganda	Jumlah
X1	943
X2	807
Y	391
X12	29813
X22	21827

Y2	5143
X1.Y	12326
X2.Y	10555
X1.X2	25485

Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada-tidaknya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian hipotesis ini menggunakan taraf signifikansi. Harga yang di peroleh dari perhitungan statistik dikonsultasikan dengan nilai dalam tabel. Apabila

harga rhitung lebih besar dari rtabel atau harga Fhitung lebih besar dari Ftabel, maka koefisien dikatakan signifikan dan begitu sebaliknya. Hipotesis pertama dan kedua diuji menggunakan analisis Korelasi Product Moment dari Pearson sedangkan hipotesis ketiga menggunakan korelasi berganda.

Penentuan hipotesis dalam bentuk kalimat:

H0: $p = 0$ Hipotesis nol menyatakan tidak adanya hubungan antar variabel. Hipotesis ini dinotasikan dengan. Dalam penelitian ini, hipotesis H0 nya adalah: tidak ada hubungan antara daya tarik dengan pencantuman label halal

H1: $p \neq 0$ Hipotesis kerja, atau disebut dengan hipotesis alternatif yang di-formulasikan dengan H1. Dalam penelitian ini, Hipotesis kerja (H1) nya adalah: ada hubungan antara daya tarik dengan pencantuman label halal

H0: $p = 0$ Hipotesis nol menyatakan tidak adanya hubungan antar variabel. Hipotesis ini dinotasikan dengan. Dalam penelitian ini, hipotesis H0 nya adalah: tidak ada hubungan antara minat beli dengan pencantuman label halal

H2: $p \neq 0$ Hipotesis kerja, atau disebut dengan hipotesis alternatif yang di-formulasikan dengan H2. Dalam penelitian ini, Hipotesis kerja (H2) nya adalah: ada hubungan antara minat beli pencantuman label halal

Korelasi berganda

Pengambilan keputusan dalam uji korelasi berganda dapat dengan membandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas sig dengan dasar pengambilan sebagai berikut:

- a) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas sig. F change atau $[0,05 < \text{sig. Fchange}]$, maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y.
- b) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai probabilitas sig. F chane atau $[0,05 > \text{sig. Fchange}]$, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y.

Untuk menentukan korelasi berganda, tahap pertama yang harus di hitung adalah menggunakan korelasi Product Moment dari masing-masing variabel, yaitu X1 dengan Y, X2 dengan Y, dan X1 dengan X2. Setelah menghitung semuanya barulah digunakan rumus **korelasi berganda**.

Hubungan pertama korelasi daya tarik (X1) dengan variabel (Y).

Hubungan pertama dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan atau tidaknya pada daya tarik dengan pencantuman label halal di bakso Pak Mien Bogor.

Tabel IV.6
Tabel Korelasi X1 dengan Y

No	X1	Y	XY	X^2	Y^2
1	28	12	336	784	144
2	29	15	435	841	225
3	25	13	325	625	169
4	26	12	312	676	144
5	29	12	348	841	144
6	27	12	324	729	144
7	24	12	288	576	144
8	27	12	324	729	144
9	24	12	288	576	144
10	29	12	348	841	144
11	24	12	288	576	144
12	27	15	405	729	225
13	26	12	312	676	144
14	24	12	288	576	144
15	24	12	288	576	144
16	29	15	435	841	225
17	27	14	378	729	196
18	24	12	288	576	144
19	28	12	336	784	144
20	26	15	390	676	225
21	30	15	450	900	225
22	27	13	351	729	169
23	24	13	312	576	169
24	30	15	450	900	225
25	30	15	450	900	225
26	28	12	336	784	144
27	28	12	336	784	144
28	28	13	364	784	169
29	28	14	392	784	196
30	27	14	378	729	196
Total	807	391	10555	21827	5143

Dengan menggunakan rumus korelasi sederhana :

$$r_{yx_2} = \frac{n \cdot \sum x_2 y - \sum x_2 \cdot \sum y}{\sqrt{n \cdot \sum x_2^2 - (\sum x_2)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

$$r_{yx1} = \frac{30 \times 10555 - 807 \times 391}{59,67411499 \times 37,53664876}$$

$$r_{yx1} = \frac{316650 - 315537}{59,67411499 \times 37,53664876}$$

$$r_{yx1} = \frac{1113}{2239,966294}$$

$$r_{yx1} = 0,496882477 \quad \sim \quad 0,50$$

Dari hasil perhitungan nilai $r_{x1, y}$ sebesar 0,50 menunjukkan bahwa X_1 dengan Y ketika variabel lainnya konstan adalah sedang atau cukup kuat dilihat dalam tabel interval koefisien pada tingkat hubungannya.

Hubungan kedua korelasi minat beli (X_2) dengan variabel (Y)

Hubungan kedua dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan atau tidaknya pada minat beli masyarakat muslim dengan pencantuman label halal di bakso Pak Mien Bogor.

Tabel IV.7
Tabel Korelasi X_2 dengan Y

No	X_2	Y	XY	X^2	Y^2
1	29	12	348	841	144
2	30	15	450	900	225
3	31	13	403	961	169
4	30	12	360	900	144
5	33	12	396	1089	144
6	34	12	408	1156	144
7	29	12	348	841	144
8	30	12	360	900	144
9	28	12	336	784	144
10	33	12	396	1089	144
11	29	12	348	841	144
12	32	15	480	1024	225
13	30	12	360	900	144
14	29	12	348	841	144
15	28	12	336	784	144
16	34	15	510	1156	225
17	30	14	420	900	196
18	28	12	336	784	144
19	34	12	408	1156	144
20	31	15	465	961	225
21	35	15	525	1225	225
22	31	13	403	961	169
23	28	13	364	784	169
24	35	15	525	1225	225
25	35	15	525	1225	225
26	34	12	408	1156	144
27	34	12	408	1156	144
28	34	13	442	1156	169
29	34	14	476	1156	196
30	31	14	434	961	196
Total	943	391	12326	29813	5143

Dengan menggunakan rumus sederhana yaitu:

$$r_{yx_1} = \frac{n \cdot \sum x_1 y - \sum x_1 \cdot \sum y}{\sqrt{n \cdot \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

$$r_{yx_2} = \frac{30 \quad X \quad 12326 \quad - \quad 943 \quad x \quad 391}{71,70076708 \quad X \quad 37,53664876}$$

$$r_{yx_2} = \frac{369780 \quad - \quad 368713}{71,70076708 \quad X \quad 37,53664876}$$

$$r_{yx_2} = \frac{1067}{2691,40651}$$

$$r_{yx_2} = 0,396446986 \quad \sim \quad 0,40$$

Dari hasil perhitungan nilai rx2, y sebesar 0,40 menunjukkan bahwa X2 dengan Y ketika variabel lainnya konstan adalah sedang atau cukup kuat dilihat dalam tabel interval koefisian pada tingkat hubugannya.

Hubungan ketiga yaitu korelasi daya tarik (X1) dan minat beli (X2).

Tabel IV.8
Tabel Korelasi X2 dengan Y

No	X1	X2	X1.X2	X1^2	X2^2
1	28	29	812	841	784
2	29	30	870	900	841
3	25	31	775	961	625
4	26	30	780	900	676
5	29	33	957	1089	841
6	27	34	918	1156	729
7	24	29	696	841	576
8	27	30	810	900	729
9	24	28	672	784	576
10	29	33	957	1089	841
11	24	29	696	841	576
12	27	32	864	1024	729
13	26	30	780	900	676
14	24	29	696	841	576
15	24	28	672	784	576
16	29	34	986	1156	841
17	27	30	810	900	729
18	24	28	672	784	576
19	28	34	952	1156	784
20	26	31	806	961	676

21	30	35	1050	1225	900
22	27	31	837	961	729
23	24	28	672	784	576
24	30	35	1050	1225	900
25	30	35	1050	1225	900
26	28	34	952	1156	784
27	28	34	952	1156	784
28	28	34	952	1156	784
29	28	34	952	1156	784
30	27	31	837	961	729
Total	807	943	25485	29813	21827

Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$r_{x_1x_2} = \frac{n \cdot \sum x_1x_2 - \sum x_1 \cdot \sum x_2}{\sqrt{n \cdot \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum x_2^2 - (\sum x_2)^2}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{30 \times 25485 - 943 \times 807}{71,70076708 \times 59,67411499}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{764550 - 761001}{71,70076708 \times 59,67411499}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{3549}{4278,67982}$$

$$r_{x_1x_2} = 0,829461458 \sim 0,83$$

Dari hasil perhitungan nilai r_{x_1,x_2} sebesar 0,83 menunjukkan bahwa X_1 dengan X_2 ketika variabel lainnya konstan adalah sangat kuat, dilihat dalam tabel interval koefisien pada tingkat hubungannya.

Rumus analisi korelasi ganda (R)

Keterangan:

$$r_{yx_1} = 0,396447 \sim 0,40$$

$$r_{yx_2} = 0,496882 \sim 0,50$$

$$r_{x_1x_2} = 0,829461 \sim 0,83$$

Untuk menghiung korelasi ganda menggunakan persamaan berikut :

$$r_{y_{x_1x_2}} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

$$r_{y_{x_1x_2}} = \frac{0,15717 + 0,246892 - 0,326787}{1 - 0,829461^2}$$

$$1 - 0,688006$$

$$r_{yx1x2} = \frac{0,077275}{0,311994}$$

$$r_{yx1x2} = 0,497677 \sim 0,50$$

Dari hasil perhitungan tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan (korelasi) antara daya tarik (X1) dan minat beli (X2) terhadap label halal (Y) di kedai Bakso Pak Mien Bogor. Korelasi antara daya tarik (X1) dan minat beli (X2) terhadap label halal (Y) pada kedai Bakso Pak Mien Bogor tergolong cukup kuat karena hasil perhitungan di atas besar R adalah sebesar 0,50.

Sedangkan untuk menyatakan besar kecilnya kontribusi variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y atau koefisien determinan = $R^2 \times 100\%$ atau $(0,50^2 \times 100\% = 25)$. Selanjutnya untuk mengetahui keberartian korelasi ganda (R) dihitung uji F berikut:

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{1 - R^2}{(n - k - 1)}} = \frac{\frac{0,50^2}{2}}{\frac{1 - 0,50^2}{(30 - 2 - 1)}}$$

$$F = \frac{0,125}{0,0277} = F = 4,512$$

Menguji signifikansi dengan rumus F hitung:

Jika F hitung > F table maka ia signifikan. Jika F hitung < F tabel maka tidak signifikan. Cara mencari nilai F table adalah dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ dengan persamaan: F table

$$= F_{(1-\alpha)(k)(n-k-1)}$$

$$= F_{(1-0,05)[(2)(30-2-1)]}$$

$$= F(0,95)(2,27)$$

Cara mencari F tabel: 2 sebagai angka pembilang; 27 sebagai angka penyebut. F tabel = 3,35. Setelah dihitung ternyata F hitung > F tabel, atau $4,512 > 3,35$ sehingga H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik (X1) dan minat beli masyarakat muslim (X2) terhadap label halal (Y) pada kedai Bakso Pak Mien.

5. PENUTUP

Alur proses pemeriksaan produk halal saat ini adalah produsen mengajukan permohonan sertifikasi dan labelisasi halal ke Badan Pengawasan Obat dan Makanan (Badan POM), kemudian Tim Audit Halal (DEPAG, LP-POM MUI dan Badan POM) melakukan audit ke lokasi. Hasil audit selanjutnya diajukan ke Tim Ahli LP-POM MUI dan diteruskan ke Komisi Fatwa MUI untuk mendapatkan sertifikat halal.

Hubungan Daya Tarik dengan pencantuman Label Halal pada bakso Pak Mien. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara daya tarik dengan pencantuman label halal pada bakso Pak Mien. Melalui analisis korelasi Product Moment diperoleh hasil perhitungan nilai $r_{x1,y}$ sebesar 0,50 menunjukkan bahwa X1 dengan Y ketika variabel lainnya konstan adalah sedang atau cukup kuat dilihat dalam tabel interval koefisien pada tingkat hubugannya.

Hubungan Minat Beli dengan pencantuman Label Halal pada bakso Pak Mien. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara minat beli dengan pencantuman label halal pada bakso Pak Mien. Melalui analisis korelasi Product Moment diperoleh hasil perhitungan nilai $r_{x2,y}$ sebesar 0,40 menunjukkan

bahwa X_2 dengan Y ketika variabel lainnya konstan adalah sedang atau cukup kuat dilihat dalam tabel interval koefisien pada tingkat hubugannya.

Dalam analisis korelasi berganda, penelitian ini menunjukkan hasil perhitungan dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan (korelasi) positif dan signifikan antara daya tarik (X_1) dan minat beli (X_2) terhadap label halal (Y) di kedai Bakso Pak Mien Bogor, dilihat dari F hitung $> F$ tabel, atau $4,512 > 3,35$ sehingga H_0 ditolak. Korelasi antara daya tarik (X_1) dan minat beli (X_2) terhadap label halal (Y) pada kedai Bakso Pak Mien Bogor tergolong cukup kuat karena hasil perhitungan di atas besar R adalah sebesar 0,50.

6. SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan dari hasil penelitian, maka diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

- a) Bagi produsen Bakso Pak Mien tetaplah menjaga kehalalan dari suatu produk agar tetap dipercaya oleh para konsumen dan mendapatkan penjualan yang besar diharapkan para konsumen loyal terhadap produk tersebut.
- b) Dinas kesehatan, LPPOM-MUI dan pemerintah diharapkan lebih intens untuk mensosialisasikan kepada pengusaha makanan yang berada di Indonesia agar berstandarlisasi halal, karena mayoritas penduduk di Indonesia memeluk agama Islam, dan makanan halal juga menjadi kebutuhan primer setiap umat muslim.
- c) Sebagai umat muslim, kita diwajibkan untuk mengkonsumsi makanan dan minuman halal, atas dasar itu pula labelisasi halal dibutuhkan dan penting.
- d) Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih variatif dalam mengembangkan faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik dan minat beli tidak sebatas dalam pencantuman sertifikasi / label halal saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Panji Agus. Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. E-Journal Unisba (Online). Amwaluna, Vol.1 No.1, Januari, 2017
- Ahmad, Reza Naufal (2015). *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Produk dalam Upaya Meningkatkan Minat Membeli Sepeda Motor Suzuki Di Kota Semarang*. Ekonomika dan Bisnis / Manajemen. Universitas Diponegoro Semarang.
- Alkatiri., S. A.L.Tumbel, F.Roring. *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departemen Store Manado Town Square*. (Online). Jurnal EMBA, Vol.5 No.2. Juni 2017.
- Alzeer, J, et al. Trends in Food Science & Technology 71 (2018). <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2017.10.020>. (Journal Internasional). (Received 17 July 2017; Received in revised form 25 August 2017; Accepted 30 October 2017)
- Amirudin. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk*. Bogor.
- Apriella, Nadya. M. Ghifari, Inez Kania F, Hana Hilaly A, Meliani Rosalina, Riza Ryanda. (2014). Laporan Turun Lapangan; Unit Usaha Bakso Pak Mien.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*, (2006). Jakarta: Cetakan Ketigabelas.
- Artikel; Heboh Isu Pedagang Jualan Bakso Tikus di Balikpapan Selatan, ini keterangan polisi. pada tanggal Rabu, 24 Januari 2018 pukul 10:04
- Briliana, V. N. Mursito / Asia Pacific Management Review 22. (2017). Exploring antecedents and consequences of Indonesian Muslim youths' attitude towards halal cosmetic products: A case study in Jakarta. (Journal Internasional). Trisakti School of Management, West Jakarta, Indonesia.
- Buchari, Alma. (2014). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta, Bandung,
- Ghazali, Al-. (2002). *Benang Tipis antara Halal dan Haram*, Surabaya : Putra Pelajar,
- Indah, Yatri Kusumastuti. (2017). Unit Usaha Bakso Pak Mien. Laporan Turun Lapangan. Institute Pertanian Bogor.
- Indra, Hasbi, M Shalahuddin Hamid, dan Husnani, (2004). *Halal-Haram dalam Makanan*. Penamadani.
- Indrawati, Teti Purnamasari, “Sertifikasi dan Labelisasi Produk Pangan Halal dalam Rangka Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia”, Jurnal--Istinbath, No. 1 Vol. 3 Desember 2005
- Kotler Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas; Jilid 1. Translation, Jakarta: Erlangga.
- Lailatirrohmah, Naafilah. (Juni 2014). *Analisis Pengaruh Etika Kera Islam Terhadap Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional dan Organizational Citizenship Behavior (Studi Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Hudatama Semarang)*. (Online). Universitas Diponegoro Semarang.
- M, Dja'far Shiddieq, Umay. (2006). *Syariah Ibadah; pengalaman rukun islam dari al-qur'an & as-sunnah*. Jakarta: alGhuraba,
- Milik Kementrian Agama R.I. (2013). *Modul Pelatihan Auditor Internal Halal; Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama*. Jakarta, 2013
- Milik Departemen Agama R.I. (2003). *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal. Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbngan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama*, Jakarta.
- Mustafa, Ali Yaqub, (2009). *Kriteria Halal Haram (untuk pangan obat dan kosmetika*

menurut Al-Qur'an dan Hadis), Jakarta: PT. Pustaka Firdaus,

- Nugraha, Ranu dan M. Kholid Mawardi, Aniesa Samira Bafadhal. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 51 No. 2 Oktober 2017
- Nuryati, Sri. (2008). *Halalkah Makanan Anda?*, Solo: PT Aqwam Media Profetika, 2008,
- Ramlan dan Nahrowi. *Sertifikasi Halal sebagai Penerapan Etika Bisnis*, (Online). Vol. XIV, No.1. Januari, 2014.
- Rizky, Artikel; *Jenis Teknik Acidental Sampling, Sampling Purposive, Dan Quota Sampling*. Selasa, 22 Maret. 2016.
- Schiffman dan Kanuk, (2007). *Perilaku konsumen*, edisi ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks.
- Sudijono, Anas. (1987). *Pengantar Statistik Penelitian*, Jakarta: Grafindo Persada.
- Sudjana. (2005). *Metoda Statistika*, Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Tanjung, Hebdri dan Abrista Devi. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing,
- T. Budiarto dan F. Tjiptono. (1997). *Pemasaran International*. Yogyakarta: BPF.
- Tjiptono, Fandy. (1995). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wiratna, Sujarweni. V. (2015). *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Yuliani, Oki. (2003). *Pengaruh pencantuman Lebel Halal Terhadap Daya Tarik dan Minat Beli Masyarakat Muslim di Steak Ranjang Bandung*. *Jurnal Labelisasi Halal*, (Online).