



MANIS: JURNAL MANAJEMEN, INOVASI BISNIS DAN STRATEGI

Homepage: www.jurnal.usk.ac.id/manis

Vol. 1 No. 2, Desember (2023)

Persepsi Konsumen Tentang Label Halal Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Online

Linda Mita Candra Sari¹⁾, Kusjuniati²⁾, Iswahyuni³⁾

^{1,2,3} STAI Denpasar

email: lindamitacandrasari16@gmail.com

ABSTRAK

Belakangan ini, teknologi semakin melesat perkembangannya. Banyak masyarakat menggunakan aplikasi online dalam mendapatkan kebutuhannya. Penduduk muslim di Bali dengan mayoritas Hindu perlu kemudian memilah memilih dalam memutuskan pembelian melalui aplikasi online, pasalnya dalam islam memiliki kewajiban dalam mengkonsumsi makanan halal. Salah satu cara untuk mengetahui adalah melalui label halal yang diterbitkan oleh MUI. Oleh karena itu, dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen tentang label halal makanan melalui aplikasi online di Bali dan mengetahui kendala yang dihadapi oleh konsumen dalam melakukan pembelian. Peneliti menggunakan metodologi kualitatif deskriptif, dan metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Triangulasi adalah teknik analisis data yang digunakan, yang mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal pertama-tama merupakan simbol, gambar, yang ditemukan di berbagai makanan sebagai bukti bahwa makanan tersebut halal untuk dimakan; kedua, Label halal menjadi hal yang penting dalam memutuskan pembelian melalui aplikasi online; Ketiga, kendala yang dihadapi konsumen: pembatalan dari *driver*, lamanya proses delivery, faktor cuaca, jarak yang menjadi faktor dalam meningkatnya ongkos kirim.

Kata kunci: Persepsi Konsumen, Label Halal Makanan, Keputusan Pembelian.

Consumer Perceptions About Halal Food Labels on Purchasing Decisions Via Online Applications

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine consumer perceptions about halal food labels through online applications in the Al-Hasanah Canggü Permai mosque youth community, to determine consumer perceptions about food halal labels on purchasing decisions through online applications in the Al-Hasanah Canggü Permai mosque youth community, to find out the obstacles faced by consumers in purchasing food via online applications in the Al-Hasanah Canggü Permai mosque youth community. There is a descriptive qualitative research methodology in use. use methods for gathering data that include documentation, interviews, and observation. Utilizing the triangulation technique, the research data was found to be legitimate. Data gathering, data reduction, data presentation, and conclusion drawing are the methods of data analysis that are employed. The research results found that first, the halal label is a logo, an icon found on various foods as proof that the product is halal for consumption; second, the halal label is important in deciding to purchase via online applications; Third, the obstacles faced by consumers: cancellations from drivers, the length of the delivery process, weather factors, distance which is a factor in increasing shipping costs.

Keyword: Consumer Perception, Food Label Halal, Buying Decision

PENDAHULUAN

Saat pandemi menimpa seluruh dunia termasuk Indonesia, tentu hal ini telah memberikan dampak negatif bagi berbagai sektor yang ada. Namun disisi lain seiring terjadinya dinamika naik turunnya kasus virus korona, secara tidak sadar hal ini telah mampu memberikan manfaat baik. Salah satunya adalah perkembangan teknologi yang semakin pesat. Teknologi ini suatu hal yang bisa dimanfaatkan oleh banyak pihak. Selain itu peran teknologi ini dapat meningkatkan sistem layanan pengiriman yang menghasilkan peningkatan kepuasan sistem yang baik bagi masyarakat luas. Contoh salah satu bentuk teknologi yang sudah ada seperti layanan pesan antar makanan atau sering disebut dengan food delivery, teknologi ini sangat memudahkan kita dalam memenuhi keinginan tanpa perlu datang langsung ke resto yang ingin kita beli, seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood.

Bisnis layanan pesan-antar makanan online sangatlah potensial di Indonesia. Aplikasi utama di Indonesia adalah Grab dengan GrabFood dan Gojek dengan GoFood. Menurut Data Momentum Work, Grab menguasai 53% dari total nilai Gross Merchandise Value (GMV). Hal ini merupakan hasil dari pengguna layanan pesan antar makanan di negara Asia dengan capaian sebesar US\$ 3,7 miliar pada 2020. Gojek menguasai bagian yang tersisa. Pada tahun 2020, Grab memiliki nilai GMV tertinggi di Asia dengan US\$ 5,9 miliar. Ini adalah hasil dari dominasi pasar di lima negara utama: Thailand, Indonesia, Singapura, Malaysia, dan Filipina. Di sisi lain, survei Snapcart TASC tahun 2021 menemukan bahwa 82% restoran dan toko makanan dan minuman menggunakan aplikasi GrabFood untuk menyediakan layanan. Ini diikuti oleh GoFood dan ShopeeFood, masing-masing sebesar 71% dan 28%. Dalam hal pengetahuan merek (brand awareness), semua pelanggan mengetahui dan mengenal GrabFood dan GoFood, sedangkan ShopeeFood hanya 52%, karena ShopeeFood merupakan aplikasi baru di pasar. Untuk data pengguna yang berpengalaman menggunakan aplikasi GrabFood sebanyak 92%, GoFood sebanyak 90%, dan ShopeeFood sebanyak 35%. Dalam hal preferensi data, 54% pelanggan memilih GrabFood, diikuti oleh GoFood.

Seiring dengan perkembangan layanan food delivery telah memberikan banyak peluang bagi konsumen dan produsen itu sendiri, bagi konsumen dengan layanan ini dapat mendapatkan layanan secara mudah, dan untuk produsen sendiri memudahkan mereka dapat melakukan usahanya cukup mudah dari rumah saja serta memudahkan mereka dalam pemasarannya. Jika dilihat dari populasi muslim terbanyak, Indonesia merupakan peringkat satu dengan jumlah 237.558.000 jiwa, menurut laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)*. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia mayoritas muslim, dimana dalam memilih makanan harus berhati-hati dan yang berlabel halal demi menjaga keamanan makanan untuk dikonsumsi. Namun banyak barang impor dari luar negeri yang membuat masyarakat muslim khususnya harus berhati-hati dalam memilih makanan.

Bali merupakan salah satu wilayah yang ada di Indonesia dengan penduduk mayoritas Hindu sebanyak 3.247.283. Namun tidak sedikit muslim yang berada di wilayah ini, sampai saat ini Bali terkenal dengan toleransi keberagamannya. Desa Tibubeneng merupakan salah satu desa di Kabupaten Badung dengan jumlah umat muslim sebanyak 2.377 dari data Desa Tibubeneng dengan letaknya yang strategis berada di Kawasan Canggu, yang membuat desa ini menjadi salah satu tujuan utama wisatawan lokal dan internasional. Desa Tibubeneng memiliki kampung muslim, Kampung yang telah dihuni oleh warga muslim secara turun temurun ini memiliki masjid bernama Al-Hasanah yang telah dibangun sejak 20 Oktober 1989. Cukup padatnya

pendudukan muslim yang terdapat di Bali tentu perlu kita lihat bagaimana persepsi sebagai konsumen terutama terhadap makanan halal yang terdapat di Bali.

Persepsi konsumen adalah merupakan proses pemilihan, penyusunan, dan penafsiran informasi untuk mendapatkan arti. Persepsi merupakan proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran berarti mengenai dunia. Adanya hal tersebut biasanya dibagi menjadi 3 indikator yakni berupa seleksi, organisasi dan juga interpretasi. Adanya persepsi konsumen inilah yang akan kemudian menjadi dasar bagaimana konsumen muslim tertarik dalam keputusan pembelian melalui online. Dalam hal ini salah satu yang terpenting ialah mengenai label halal.

Label halal terdiri dari dua kata yaitu label dan halal, secara definisi. Kebanyakan kasus, label produk setidaknya harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan, komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluarsa, isi, dan keterangan legalitas. Sementara kata "halal" berasal dari kata bahasa Arab yang berarti "melepaskan" dan "tidak terikat", dan secara etimologi berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan tanpa terikat oleh aturan yang melarangnya dalam artian bertujuan untuk menuliskan pernyataan atau tulisan halal pada kemasan produk dalam menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus halal (Rossanty, 2020). Bisnis yang bekerja di bidang pengolahan makanan dan minuman harus memenuhi persyaratan yang disebut label halal. Di antara tanda-tanda yang harus diperhatikan adalah tulisan, gambar, kombinasi gambar dan tulisan, dan label halal yang ditempelkan pada barang. Ketika memutuskan untuk membeli sesuatu, sangat penting untuk mempertimbangkan label halal karena ada minoritas kelompok islam yang beragam di wilayah tersebut. Selain itu, hal ini sesuai dalam Al-Quran pada ayat 168 surat Al-Baqarah, yaitu:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: "Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu. (QS. Al-Baqarah: 2 ayat 168).

Dari ayat tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa kita diperintahkan untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan baik dimuka bumi ini, dan dilarang untuk mengikuti langkah-langkah setan.

Adapun berbagai penelitian mengenai hal ini telah dilakukan sebelumnya, seperti Apriliani dan Hasanah (2022) yang menyatakan bahwa label halal dipercaya memberikan keyakinan kuat bahwa produk tersebut memenuhi prinsip-prinsip halal. Pelabelan halal telah terbukti berkorelasi positif signifikan dalam keputusan pembelian Hasil yang serupa juga dilakukan seperti label halal terhadap keputusan di Shopee, Lazada dan Tokopedia (Sakinah, Ailatus, A Hermanawan, 2022), E-commerce ((Alawiyah, 2021; Pradana et al., 2020).

Adapun yang membedakan penelitian ini dengan dengan penelitian sebelumnya ialah dalam penelitian kali ini akan berfokuskan di Bali, dimana penduduk muslim di Bali cukup banyak namun masih mayoritas beragama hindu. Kemudian, penelitian ini fokus terhadap aplikasi online khususnya bagaimana persepsi konsumen tentang label halal di Gofood, Shopeefood dan lain sebagainya. Sehingga penelitian ini mampu mengupdate penelitian sebelumnya. Perbedaan dari segi metode juga terlihat dimana dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan bertujuan untuk mengetahui secara mendalam persepsi konsumen tentang label halal di aplikasi online. Sehingga untuk memperdalam kembali persepsi konsumen

tentang label halal, ini menjadi motivasi untuk mengembangkan lebih jauh khususnya di daerah Bali apakah kemudian label halal menjadi hal yang penting dalam keputusan pembelian khususnya dalam pembelian melalui online, sehingga penulis mengangkat topik dengan judul “Persepsi Konsumen tentang Label Halal Makanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Online di Komunitas remaja masjid Al-Hasanah Canggü Permai Kabupaten Badung Bali”.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif deskriptif telah digunakan dalam penelitian ini dengan melakukan secara menyeluruh terhadap objek yang telah ditentukan. Peneliti menjadi instrument utama dalam suatu penelitian kualitatif. Kemudian hasil penelitian dijelaskan dalam bentuk kata-kata yang diperoleh melalui data valid, dan data tidak dapat diselesaikan dengan perhitungan statistik.

Teknik Purposive Sampling digunakan dalam penentuan informan dengan jumlah keseluruhan komunitas remaja masjid Al-Hasanah di Canggü Permai ini sebanyak 30 orang, jumlah ini berdasarkan data yang diberikan oleh sekretaris di komunitas tersebut. Untuk *key informan* yang penulis ambil sebanyak 10 orang dengan kriteria merupakan komunitas remaja masjid Al-Hasanah di Canggü Permai yang memiliki salah satu aplikasi online khususnya di GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood, dan pernah berbelanja melalui aplikasi tersebut. Sebagai upaya menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi data dengan menggabungkan informasi dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Beberapa teknik analisis data yang digunakan termasuk pengumpulan data, reduksi.data, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Konsumen tentang label halal makanan melalui aplikasi online di komunitas Remaja Masjid al-Hasanah Canggü Permai

Seleksi

Seleksi merupakan tindakan memperhatikan suatu rangsangan dalam lingkungan. Artinya secara tidak sadar konsumen banyak memilih aspek-aspek lingkungan yang mereka rasakan. Hal ini tergantung pada dua faktor utama yaitu: dari pengalaman konsumen sebelumnya dan bagaimana motif mereka waktu itu (kebutuhan, keinginan, dan minat). Teori Adler diatas sejalan dengan hasil triangulasi yang telah di kumpulkan bahwa seleksi yang dilakukan menjadi hal penting. Adapun seleksi yang dilakukan yaitu melalui pengalaman konsumen sebelumnya dan hal ini dapat diketahui dari bagaimana mekanisme yang dilakukan sebelumnya dalam menyeleksi suatu produk makanan dengan berlabelkan halal. Berdasarkan informasi yang telah didapatkan dari seluruh informan bahwa pengalaman sebelumnya menjadi hal yang penting untuk dilakukan. Adapun mekanisme dalam proses menyeleksi suatu produk sebelumnya yakni melalui rasa, rating dan terdapatnya label halal dalam kemasan makanan. Selain itu brand perusahaan makanan yang cukup besar juga menjadi pertimbangan dalam menyeleksi produk makanan melalui aplikasi online. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa rasa, rating dan juga terdapatnya label halal dalam kemasan dipengaruhi oleh aspek lingkungan, diantaranya keluarga, teman, dan lingkungan sosial media yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Informan juga menjelaskan bahwa motif membeli makanan melalui aplikasi online adalah dirasa lebih mudah tanpa perlu keluar atau pergi ke tempat penjual makanan, apalagi

mayoritas mereka tinggal di Canggu yang setiap harinya macet sehingga dari para informan malas keluar.

Berdasarkan penjelasan informan diatas dan observasi yang dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa proses seleksi menjadi hal yang penting untuk dilakukan, adapun proses tersebut yaitu melalui pengalaman sebelumnya yang dipengaruhi oleh aspek lingkungan, beberapa diantaranya adalah keluarga, teman dan sekitarnya. Dari lingkungan tersebutlah seluruh informan melakukan mekanisme dalam menyeleksi suatu produk untuk mendapatkan referensi seperti rasa, penilaian dan juga label halal yang tercantum dalam kemasan yang. Kemudian, motif seluruh informan adalah bahwa penggunaan aplikasi online untuk mencari label halal di aplikasi online dirasa cukup mudah, sehingga hal ini menjadi motivasi.

Organisasi

Setelah menyeleksi informasi dari lingkungan, Langkah selanjutnya yaitu mengorganisasikannya dengan merangkainya sehingga menjadi makna pembelian. Proses merangkai sehingga menjadi makna sebelum akhirnya melakukan pembelian makanan yakni dengan berisikan label halal di aplikasi online menjadi hal yang paling utama, apalagi mayoritas di Bali beragama Hindu, sehingga pertimbangan terkait label halal menjadi hal yang terpenting di kedepankan. Disisi lain, penilaian (rating) dalam aplikasi online tersebut, dan rasa juga menjadi hal yang dipertimbangkan.

Berdasarkan jawaban informan diatas dan observasi yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian yang dilakukan oleh konsumen adalah pemahaman mengenai label halal dan terdapatnya label halal dalam kemasan ataupun aplikasi online menjadi hal paling utama untuk dipertimbangkan. Bali dengan mayoritas penganut agama Hindu, bagi umat muslim dalam menentukan makanan perlu berhati-hati dengan salah satu cara adalah memperhatikan label halal yang terdapat dalam aplikasi online atau kemasan. Selain itu penilaian oleh konsumen menjadi beberapa faktor, hal ini terlihat jika melihat penilaian yang terdapat diaplikasi online beberapa mengomentari seperti “makanan ini halal, bahan makanan halal dan lain sebagainya”. Sehingga penilaian oleh konsumen lain dalam aplikasi online menjadi penting. Disisi lain rasa dari makanan yang terdapat dalam online juga menjadi pertimbangan.

Interpretasi

Interpretasi merupakan proses yang subjektif dari menjelaskan persepsi ke dalam cara yang kita mengerti, Setelah terbentuk pemahaman itu terjadilah penilaian individu. Cara menginterpretasikan dalam pemilihan produk makanan di aplikasi online yang terpenting adalah label halal yang tercantum dalam aplikasi atau makanan, kemudian disisi lain nilai atau rating yang didapatkan oleh penjual di aplikasi tersebut cukup besar, serta banyaknya rekomendasi yang dikeluarkan oleh orang-orang sekitar. Disisi lain, iklan dan juga tulisan bahan makanan atau komposisi makanan menjadi penting, nama menu, merk serta packaging ketika customer memesan menjadi poin tambahan untuk dilakukan sebelum akhirnya membeli makanan melalui online.

Di sisi lain, pengetahuan mengenai label halal, seluruh informan menjelaskan bahwa label halal merupakan sebuah logo, ikon, syarat yang terdapat di berbagai makanan yang dijual sebagai bukti bahwa produk tersebut halal untuk dikonsumsi. Label halal menjadi sangat penting untuk menghilangkan keragu-raguan dalam membeli suatu produk makanan dan ini menjadi salah satu elemen penting dalam islam untuk memastikan bahwa seluruh proses awal hingga akhir, produk tersebut sesuai dengan syariat islam.

Berdasarkan jawaban diatas dan observasi yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa label halal tetaplah menjadi elemen penting dalam kemasan sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli makanan di aplikasi online. Penilaian, rasa dan juga rekomendasi oleh teman hanyalah menjadi faktor pendukung. Seluruh informan juga tidak hanya sekedar mengetahui mengenai label halal, namun juga memahami betul apa itu label halal yang tercantum dalam kemasan atau aplikasi online. Sehingga dalam hal ini, seluruh informan dapat menginterpretasikan secara mendalam apa itu label halal dan seberapa besar pentingnya label halal di aplikasi online.

Dari seluruh penjelasan informan diatas, mengenai persepsi konsumen tentang label halal makanan melalui aplikasi online di komunitas remaja masjid Al-Hasanah Canggü Permai dapat disimpulkan bahwa konsumen mengetahui mengenai label halal. Label halal merupakan sebuah logo, ikon, syarat yang terdapat di berbagai makanan yang dijual sebagai bukti bahwa produk tersebut halal untuk dikonsumsi. Label halal menjadi sangat penting untuk menghilangkan keragu-raguan dalam membeli suatu produk makanan dan ini menjadi salah satu elemen penting dalam Islam untuk memastikan bahwa seluruh proses awal hingga akhir, produk tersebut sesuai dengan syariat Islam.

Proses seleksi baik melalui pengalaman sebelumnya dan beberapa mekanisme yang dilakukan dirasa penting untuk dilaksanakan dalam mengetahui label halal di aplikasi online sebelum akhirnya melakukan pembelian. Hal itu dipengaruhi oleh faktor lingkungan, sehingga faktor lingkungan seperti keluarga, teman dan lain sebagainya menjadi pendukung dalam mengetahui mengenai label halal. Rasa dan penilaian oleh konsumen lain yang terdapat dalam aplikasi online terhadap label halal ataupun produk makanan juga turut serta menjadi pertimbangan utama bagi informan. Sehingga dari hal tersebut informan menginterpretasikan atau menyimpulkan bahwa label halal adalah hal yang terpenting untuk menjadi pilihan dalam pembelian di aplikasi online. Informan tidak hanya sekedar mengetahui tentang gambar ataupun tulisan label halal, namun memahami secara betul apa itu label halal dan bagaimana label halal itu menjadi bagian dari syariat Islam dalam proses pembelian baik melalui aplikasi online maupun secara langsung.

Menurut penelitian Hidayah (2022), "Persepsi Konsumen Mengenai Label BPOM Terhadap Pembelian Produk Kosmetik Impor", temuan penelitiannya menunjukkan bahwa konsumen mampu memahami kosmetik luar negeri, baik yang sudah mendapat sertifikasi BPOM maupun tidak. Namun, sebagian pelajar tidak menerapkan label halal sebagai pedoman dalam merias wajah. Keputusan konsumen khususnya pelajar terhadap kosmetik impor dipengaruhi oleh lingkungan, kebutuhan, dan pengalaman pribadinya. Ini terdiri dari tiga indikator: organisasi, interpretasi, dan seleksi.

Persamaan dengan penelitian ini adalah variabel persepsi konsumen sebagai variabel X dengan indikator seleksi, organisasi, dan interpretasi telah digunakan untuk mengetahui persepsi informan terhadap labelisasi. Hasil penelitian juga sejalan yang menyatakan bahwa informan mengetahui mengenai label BPOM. Dalam memutuskan untuk membeli sebuah produk, ketersediaan label halal kemudian proses pengalaman sebelumnya, kebutuhan dan keinginan telah dijawab. Jika penelitian sebelumnya menggunakan labelisasi BPOM, dalam penelitian ini berbeda yakni menggunakan labelisasi Halal yang dikeluarkan oleh MUI. Dalam penelitian ini juga menggunakan 3 aplikasi sebagai objek penelitian yakni Gojek dan Grab yang secara spesifik berupa makanan, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan aplikasi shopee dengan produk kosmetik. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengalaman sebelumnya

seperti faktor lingkungan keluarga, teman dan lain sebagainya berperan penting sebelum akhirnya mengetahui label halal dan memutuskan untuk membeli.

Persepsi konsumen tentang label halal makanan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi online di Komunitas Remaja Masjid Al-Hasanah Canggü Permai

Gambar

Gambar merupakan hasil uraian tertulis yang menunjukkan suatu bentuk atau pola (orang, hewan, tumbuhan, benda, dan sebagainya). Dalam konteks penelitian ini, gambar yang dimaksud adalah label halal dari aplikasi web.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dijelaskan dalam pemaparan hasil wawancara diatas, bahwa menurut informan gambar halal diaplikasi online masih belum cukup jelas, artinya informan lebih melihat brand yang sudah ternama karena sudah pasti terdapat label halalnya, sehingga untuk diaplikasi online itu sendiri tidak terlalu memperhatikan, ditambah lagi adanya produk makanan yang dijual tidak mudah mendapatkan gambar label halal, sehingga membuat informan cukup sulit untuk memutuskan produk yang ingin di beli. Namun disisi lain beberapa informan juga menyampaikan bahwa adanya gambar halal yang tersedia di aplikasi online sudah cukup jelas (Hasil triangulasi pertanyaan 7, halaman 164). Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa masing-masing informan cukup sulit untuk mendapatkan gambar label halal dalam aplikasi online. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman & Handayani, 2018 dengan judul “Analisis Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Makanan Halal Melalui Go-Food Saat Covid-19”. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa informasi mengenai label halal yang terdapat di dalam aplikasi Gojek masih cukup minim.

Tulisan

Tulisan adalah hasil dari menulis yang diharapkan dapat dibaca (dipahami). Dalam hal ini tulisan halal yang ada di makanan di aplikasi online. Menurut informan tulisan halal di produk makanan yang terdapat diaplikasi online dapat mudah didapatkan, hal itu bisa saja didapatkan melalui media internet atau google kemudian diedit dalam foto. Namun pada dasarnya beberapa informan menjawab cukup sulit untuk didapatkan, pasalnya melalui proses yang cukup panjang, buktinya kita dapat lihat bahwa tampilan label halal di produk makanan dalam aplikasi online sangat jarang kita temui.

Disisi lain tidak terdapatnya keterangan yang menyatakan bahwa produk tersebut halal juga menjadi keragu-raguan ketika hanya berisikan tulisan saja tanpa adanya gambar label halal, walaupun akhirnya tetap membeli namun penuh pertimbangan, seperti halnya melihat komentar yang terdapat rekomendasi dari saudara muslim, atau terdapat tulisan halal dan bahan komposisi makanan serta nama makanan yang tertera sehingga tampak terlihat meyakinkan, Namun disisi lain beberapa informan menyatakan tidak akan membeli dan memilih untuk menunda terlebih dahulu.

Pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa tulisan tentang label halal cukup mudah untuk didapatkan dalam aplikasi online, apalagi para penjual hanya tinggal mendownload kemudian menampilkan di aplikasi online, namun sebagian informan menjawab bahwa proses mendapatkan tulisan yang berlabel halal cukup sulit, pasalnya beberapa informan berasumsi bahwa untuk mendapatkan hal tersebut perlu proses yang cukup panjang, buktinya kesulitan para konsumen untuk mendapatkan tulisan halal di aplikasi online sangat jarang ditemukan. Ditambah lagi, informan menyampaikan bahwa tidak terdapatnya keterangan yang menunjukkan bahwa produk tersebut halal menjadi sebuah keragu-raguan bagi konsumen untuk memutuskan

dalam membeli suatu makanan di aplikasi online. Akhirnya, ketidakterseediaannya keterangan tersebut akan mempengaruhi konsumen untuk tidak membeli produk tersebut melalui online

Kombinasi Gambar dan Tulisan

Kombinasi Gambar dan Tulisan ini merupakan gabungan hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan dan digabungkan menjadi satu. Menurut informan gambar dan tulisan yang menjelaskan kehalalan suatu produk penting untuk di tampilkan, agar masyarakat lebih mudah untuk memutuskan membeli produk makanan, apalagi hidup di minoritas sebagai umat muslim di tengah tengah masyarakat Hindu di Bali, sehingga tingkat kehati-hatian kita perlu di tingkatkan dalam memastikan bahwa produk makanan yang kita beli melalui aplikasi online itu halal atau tidak.

Pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa gambar dan tulisan sangat penting untuk menunjukkan kehalalan suatu produk, ditambah letak penelitian ini dilakukan di Bali, yang mana umat muslim menjadi minoritas, sehingga terdapatnya 2 hal tersebut menjadi hal penting untuk menghindari makanan haram yang tidak sesuai dengan hukum Islam.

Menempel Pada Kemasan

Menempel pada kemasan ini dapat diartikan sesuatu yang menempel atau melekat dengan sengaja atau tidak sengaja pada kemasan yang menjadi pelindung atau ikon pada suatu produk. Menurut informan, label halal yang terdapat dalam kemasan menjadi penting dalam memutuskan untuk membeli produk makanan melalui aplikasi online dan mereka tetap akan melakukan pembelian.

Dapat disimpulkan dari pemaparan diatas bahwa label halal yang menempel dalam kemasan setelah melakukan pembelian melalui aplikasi online sangat penting untuk diterapkan. Hal itu akan lebih meyakinkan konsumen bahwa apa yang di beli benar adanya halal sesuai dengan ketentuan yang telah ditampilkan dalam aplikasi online. Hasil Observasi yang penulis lakukan bahwa ketika di aplikasi online konsumen lebih mementingkan label halalnya karena tidak melihat secara langsung proses pembuatan ataupun unsur-unsur yang ada pada makanan tersebut. Berbeda halnya ketika mereka membeli langsung ketoko atau secara offline mereka tidak terlalu mementingkan label halalnya karena secara langsung sudah melihat situasi dan kondisi di toko tersebut, sehingga mereka meyakini diri sendirinya bahwa produk itu halal.

Selanjutnya terkait dengan keputusan konsumen berikut beberapa indikator yang menjadi acuan penulis:

Pilihan Produk

Pilihan Produk ini merupakan keputusan konsumen dalam memilih sebuah produk dengan mempertimbangkan produk yang alternatif untuk konsumen beli. Menurut informan produk makanan yang tersedia di aplikasi online sudah bervariasi baik seperti aneka ragam mie, ayam dan lain sebagainya. Berdasarkan pemaparan informan dapat disimpulkan bahwa pilihan produk yang bervariasi di aplikasi online sudah sangat baik disediakan, tidak hanya 1 aneka macam makanan namun berbagai pilihan banyak ditampilkan.

Pilihan Merek

Pilihan merek ini merupakan keputusan konsumen tentang merek mana yang akan dibeli dan dimana setiap merek memiliki perbedaan. Menurut informan merk menjadi penting dalam mempertimbangkan keputusan pembelian melalui aplikasi online, semakin bagus merk suatu

produk makanan, maka semakin terjamin kehalalannya, namun walaupun berbagai merk yang ternama tidak menutup kemungkinan terdapat aneka ragam makanan yang dijual baik halal maupun non halal, sehingga perlu tetap menjadi pertimbangan dalam memutuskan.

Sehingga kesimpulannya adalah bahwa pilihan merk merupakan hal yang penting dalam mempertimbangkan keputusan pembelian makanan di aplikasi online, namun tetap akan menjadi pertimbangan terkait tampilan label halal karena tidak semua merk makanan terkenal menyediakan makanan halal ataupun non halal.

Pilihan Penjualan

Pilihan penjualan ini merupakan keputusan konsumen penjual mana yang akan mereka kunjungi dan konsumen mempunyai pertimbangan dalam menentukan penjual. Menurut informan penjual makanan menjadi pertimbangan dalam memutuskan pembelian produk makanan melalui aplikasi online, hal ini terutama beragama muslim. Selain itu, penjual seperti selebgram menjadi poin tambahan. Namun disisi lain, beberapa informan beranggapan bahwa siapa penjual tidak menjadi hal yang krusial, yang terpenting adalah terdapat label halal yang ditampilkan oleh penjual.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa pilihan penjual menjadi faktor penting seperti penjual beragama Islam ataupun selegram, walaupun beberapa informan menjawab hal tersebut tidaklah penting, yang terpenting adalah ketersediaan label halal dalam aplikasi online tersebut. Disisi lain lain, brand ambassador yang diperlihatkan dalam produk makanan melalui aplikasi online tidaklah cukup penting bagi konsumen.

Jumlah Produk

Jumlah Produk ini merupakan keputusan konsumen mengenai seberapa banyak produk yang akan dibeli. Menurut informan pertimbangan terkait jumlah produk makanan yang disediakan oleh penjual dalam aplikasi online menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa ketersediaan jumlah produk makanan yang tersedia di aplikasi online menjadi penting untuk dipertimbangkan, semakin banyak jumlah produk yang disediakan maka semakin berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen melalui aplikasi online.

Waktu Pembelian

Waktu Pembelian ini merupakan keputusan konsumen dalam memilih waktu pembelian berbeda-beda. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dijelaskan dalam pemaparan hasil wawancara diatas, bahwa menurut informan dalam memutuskan membeli produk makanan di aplikasi online menjadi penting. Dalam hal ini kecendrungan memesan malam lebih disukai, hal ini atas pertimbangan jika pagi cukup lama untuk menyiapkan dan memasak produk makanan yang kita pesan, dan di waktu malam adalah jam santai dan jam lapar terjadi. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa waktu di malam hari lebih sering dilakukan oleh konsumen.

Cara Pembayaran

Cara pembayaran ini merupakan keputusan konsumen mengenai metode pembayaran apa yang akan dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dijelaskan dalam pemaparan hasil wawancara diatas, bahwa menurut informan mekanisme yang ditawarkan dalam proses pembayaran di aplikasi online berdasarkan wawancara diatas dapat kita simpulkan bahwa terdapat berbagai sistem pembayaran yang dibayarkan, baik melalui OVO, DANA, Gopay ataupun cash. Terkadang penentuan dari aplikasi pembayaran yang digunakan disesuaikan dengan promo yang ditawarkan (Hasil triangulasi pertanyaan 18, halaman 173). Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran yang disediakan dalam aplikasi online cukup beragam, konsumen. Pemilihan metode pembayaran yang digunakan oleh konsumen biasanya berdasarkan promo yang disediakan.

Dalam menjawab rumusan masalah yang kedua yakni terkait dengan bagaimana persepsi konsumen tentang label halal makanan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi online. Pemaparan jawaban diatas adalah bahwa gambar dan tulisan yang menjelaskan label halal menjadi hal yang penting dalam memutuskan pembelian melalui aplikasi online, Hal ini sejalan dengan penelitian Apriliani dan Hasanah yang berjudul “Pengaruh Halal Awareness dan label halal terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Tokopedia di Indonesia”. Adapun persamaan penelitian ini dengan sebelumnya adalah terkait variabel yang digunakan yaitu label halal dan keputusan pembelian. Dan hasil penelitian ini dengan sebelumnya memiliki persamaan terkait pentingnya label halal terhadap keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya terletak kepada objeknya untuk penelitian ini berfokus pada makanan di aplikasi online, sedangkan penelitian sebelumnya berfokus kepada marketplace online Tokopedia. Dan metode yang digunakan, untuk sebelumnya menggunakan metode kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan kualitatif.

Sebagian informan kemudian juga menyampaikan bahwa ketersediaan gambar dan tulisan dalam aplikasi online cukup sulit untuk didapatkan, sebagiannya lagi menjawab cukup mudah untuk mendapatkan. Dalam penelitian ini juga menambahkan temuan yang menyatakan bahwa pasca pembelian melalui online, konsumen akan lebih meyakinkan ketika didalam kemasan tersebut terdapat label halal, sehingga menjadi motivasi kembali untuk melakukan pembelian pada produk makanan yang terdapat di aplikasi online. Disisi lain, menurut informan faktor keputusan pembelian melalui aplikasi online juga dipengaruhi oleh pilihan produk yang bervariasi, pilihan merk, jumlah produk, waktu pembelian, dan metode yang ditawarkan di aplikasi online tersebut.

Kendala yang dihadapi oleh konsumen dalam melakukan pembelian makanan melalui aplikasi online

Setiap pembelian yang dilakukan oleh konsumen pasti memiliki kendala yang cukup sulit untuk diatasi oleh konsumen, apalagi dalam konteks aplikasi online. Adapun beberapa kendala yang dialami oleh konsumen adalah sebagai berikut:

Terdapat beberapa kendala ketika melakukan pembelian di aplikasi online, yakni dari segi driver yang cukup lama dalam perjalanan entah terkendala dari kemacetan, selain itu terkadang driver tiba-tiba membatalkan sendiri, kemudian pada saat mengantarkan tidak sesuai titik lokasi kita, dan makanan yang terlanjur dipesan cukup sulit untuk di cancel (Hasil triangulasi pertanyaan 19, halaman 174).

Cuaca menjadi suatu hambatan baik untuk mendapatkan driver ataupun perjalanan dalam pengantaran. Selain itu, jarak juga menjadi hambatan karena akan mempengaruhi harga

ongkir yang ditetapkan. Ongkos kirim dan sinyal menjadi kendala dalam melakukan pembelian online, hal ini dilihat dari ongkos kirim yang mahal mereka tidak jadi membeli.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa kendala yang dialami oleh konsumen yaitu mengenai kualitas layanan dan harga. Dari segi kualitas pelayanan seperti driver tiba-tiba membatalkan pesanan, kemudian kemacetan yang dialami oleh driver sehingga menjadi lama dalam proses delivery kepada konsumen, dan ketidaksesuaian lokasi titik antar yang terjadi. Disisi lain faktor cuaca juga menjadi kendala karena mengakibatkan kesulitan dalam mendapatkan driver. Selain kualitas layanan, pengaruh harga juga menjadi sebuah kendala seperti menjadi meningkatnya ongkir dan signal memperlambat proses pemesanan. Hal inilah yang kemudian menjadi kendala bagi para konsumen sehingga perlu kemudian diatensi dalam mengatasi beberapa kendala tersebut.

Disisi lain, kendala di aplikasi online gojek itu terdapat biaya ongkos kirim yang cukup mahal dibandingkan di grab yang biayanya lebih terjangkau serta sinyal yang tiba-tiba menghilang di grab. Untuk ShopeeFood selama ini tidak ada kendala karena dalam pemakaian ShopeeFood ini di wilayah Kota.

Penjelasan diatas dapat disimpulkan dengan 2 kategori yang menjadi kendala dari setiap konsumen yaitu kualitas pelayanan dan harga. Hasil dari beberapa kendala terkait 2 kategori diatas sejalan dengan penelitian Apriliani et al (2020) dengan judul “Systematic Literature Review Kepuasan Pelanggan terhadap Jasa Transportasi Online”. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Lebih spesifiknya kita juga dapat melihat perbandingan kualitas pelayanan antara gojek dan grab, hal ini dapat kita lihat dalam penelitian Setyawan et al (2022) dengan judul “Kualitas Layanan Last-Mile Delivery: Studi Komparasi Dua Layanan Pesan-Antar Makanan”.

Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah bahwa dalam penelitian sebelumnya, konsumen memberikan penilaian terkait dengan perbandingan pelayanan diantara gojek dan grab, hasilnya menunjukkan bahwa menurut konsumen “kesesuaian estimasi waktu tunggu” dinilai lebih berkomitmen grab food dari pada gofood, artinya kesesuaian estimasi waktu tunggu menjadi indikator penting dalam memutuskan memakai aplikasi jasa antar makanan online yang tersedia, hal ini sejalan dengan penelitian topik kami yaitu kendala konsumen dalam menunggu orderan melalui aplikasi online. Kemudian “kemudahan berkomunikasi” dinilai lebih berkomitmen grab food dari go food. Sedangkan “kecepatan driver membaca peta” dinilai lebih berkomitmen gofood dari pada grab food, hal ini sejalan dengan kendala konsumen dalam penelitian ini yaitu driver tidak memiliki cepat tanggap dalam memahami peta. Adapun indikator lainnya yakni terkait dengan penelitian ini adalah “kesediaan mengantar pada kondisi apapun” dan juga “ketersediaan mengantar pesanan kapanpun” juga memiliki hal yang sama dengan kendala yang dialami oleh penelitian ini yaitu cuaca dan jarak. Dapat disimpulkan bahwa konsumen menilai dengan cermat dan teliti dari setiap pesanan yang dilakukan di aplikasi online baik gojek maupun grab, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bagi aplikasi online sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi dalam memutuskan produk yang ingin di bssseli. Disisi lain, harga juga menjadi poin penting dalam persepsi konsumen, sehingga hal ini perlu kemudian disesuaikan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan mengenai Persepsi Konsumen Tentang Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Online di Komunitas Remaja Masjid Al-Hasanah Canggus Permai, dapat diambil kesimpulan. Pertama, persepsi Konsumen tentang label halal makanan melalui aplikasi online. Label halal merupakan sebuah logo, ikon, syarat yang terdapat di berbagai makanan yang dijual sebagai bukti bahwa produk tersebut halal untuk dikonsumsi. Label halal menjadi sangat penting untuk menghilangkan keragu-raguan dalam membeli suatu produk makanan dan ini menjadi salah satu elemen penting dalam Islam untuk memastikan bahwa seluruh proses awal hingga akhir, produk tersebut sesuai dengan syariat Islam. Kedua, persepsi konsumen tentang label halal makanan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi online. Label halal menjadi hal yang penting dalam memutuskan pembelian melalui aplikasi online, konsumen akan lebih meyakinkan ketika didalam kemasan tersebut terdapat label halal, sehingga menjadi motivasi kembali untuk melakukan pembelian pada produk makanan yang terdapat di aplikasi online.

Disisi lain, menurut informan faktor keputusan pembelian melalui aplikasi online juga dipengaruhi oleh pilihan produk yang bervariasi, pilihan merk, jumlah produk, waktu pembelian, dan metode yang ditawarkan di aplikasi online tersebut. Ketiga, kendala yang dihadapi oleh konsumen dalam melakukan pembelian makanan melalui aplikasi online. Ada beberapa kendala yaitu: driver dalam membatalkan pesanan, kemudian kemacetan yang dialami oleh driver sehingga menjadi lama dalam proses delivery kepada konsumen, dan ketidaksesuaian lokasi titik antar yang terjadi. Disisi lain faktor cuaca juga menjadi kendala karena mengakibatkan kesulitan dalam mendapatkan driver. Begitupun jarak juga menjadi faktor meningkatnya ongkir dan signal memperlambat proses pemesanan. Hal inilah yang kemudian menjadi kendala bagi para konsumen sehingga perlu kemudian diatasi dalam mengatasi beberapa kendala tersebut.

REFERENSI

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Al-Qur'an dan Terjemahnya for Woman Aisyah. 2007. Bandung: Menteri Agama dan Menteri P dan K, Dicitak oleh PT Sygma Examedia Arkanleema
- Apriliani, A., Budhiluhoer, M., Jamaludin, A., & Prihandani, K. (2020). Systematic Literature Review Kepuasan Pelanggan terhadap Jasa Transportasi Online. *Systematics*, 2(1), 12. <https://doi.org/10.35706/sys.v2i1.3530>
- Aprilliani, A. N., & Hasanah, N. (2022). Pengaruh Halal Awareness dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Tokopedia di Indonesia.
- BPS Provinsi Bali. 2018. "Penduduk Provinsi Bali Menurut Agama yang dianut hasil Sensus Penduduk 2010". <https://bali.bps.go.id/statictable/2018>. Diakses 01 Februari 2023
- Bulan, T. P. L., Fazrin, K., & Rizal, M. (2018). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 729–739. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>
- Bungin, Burhan. (2008). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenada Media Group, Cet. Ke-2

- Burhanuddin, Susamto. (2021). *Pemikiran hukum perlindungan konsumen dan sertifikasi halal*. Uin Maliki Press, Malang
- Hidayah, R. (2022). *Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi BPOM pada Pembelian Produk Kosmetik Impor*. Universitas Islam Malang.
- Kurnia Sari, D., & Sudrajar, I. (2019). Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Laut Kerta Jaya, I Made. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant
- Mahmud, Machfoeds. (2011). *Pengantar Pemasaran Modern*. UUP AMP YKPN.
- Moeloeng, Lexy. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nana Herdiana et.al. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka
- Nubowo, Apriyanto. (2003). *Panduan Belanja dan Konsumsi halal*. Jakarta: Khairul Bayaan
- Philip et.al. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan Bab 1, Pasal 1, Ayat 3
- Philip, Kotler. (2009). *Marketing Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Ratih, Hurriyati. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Jakarta: Alfabeta
- Ridhoi Muhammad Ahsan. 2021. "Potensi Bisnis Pesan Antar Makanan daringmakinbesar". Di <https://katadata.co.id/muhammadrinhoi/analisisdata/60093900cb02f/potensi-bisnispesan-antar-makanan-daring-makin-besar>. Diakses tanggal 28 Desember 2022
- Rizaty Monavia Ayu. 2022. Judul "Jumlah Penduduk Muslim Terbesar Didunia Pada 2022". Di <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-duniapada-2022>. Diakses tanggal 08 januari 2023
- Rodman et.al. (2010). *Understanding Human Comunication*, Jakarta: Elangga
- Rossanty, Y., & Nasution, M. D. T. P. (2016). Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal sebagai Variabel Moderating terhadap keputusan pembelian produk kemasan di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 6(1), 73–81.
- RWM Alhasanah, 2023. *Profil RWM Al-Hasanah Canggü Permai*". Di <https://alhasanah.org/profil-rwm-al-hasanah/%20Profil%20RWM%20Al-Hasanah>. Diakses pada 01 Maret 2023
- Salam, M. A., & Bajaba, S. (2021). The role of transformative healthcare technology on quality of life during the COVID-19 pandemic. *Journal of Enabling Technologies*, 15(2), 87– 107. <https://doi.org/10.1108/JET-12-2020-0054>
- Setyawan, I., Laksono, R., & Gultom, J. R. (2022). Kualitas Layanan Last-Mile Delivery: Studi Komparasi Dua Layanan Pesan-Antar Makanan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 2050. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2692>
- Siswi Kristiyanti, Celina Tri. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika
- Snapcart Global, 2021. "Indonesian merchants and users take on food delivery apps". Di <https://snapcart.global/article-grabfood-the-most-used-food-delivery-platform-amongstconsumers-and-merchants-in-indonesia-study/>. Diakses pada tanggal 01 Februari 2023
- Stephen, Robins. (2009). *Manajemen dan Organisasi*, Jakarta: Salemba Empat

- Sudardjat I & Sari S.K. (2013). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk makanan Impor Dalam Kemasan Pada mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.1. No.4.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Edisi pertama: Andi Offset
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi, Mixed Methods*, Bandung: CV Alfabeta
- Suryani Tatik. (2003). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: penerbit Andi
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>
- Yusuf, Shofie. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Medan: Kencana