

Pengaruh Analisis Label Halal dan Hargaterhadap Keputusan Membeli Produk Mie Samyang Bagi Remaja di Wilayah Kabupaten Kerinci

Rena Septiana^{1*)}, Dafiir Syarif²⁾, Alex Wissalam Bustami³⁾,
Muhammad Aunurrochim Bin Mas'ad Saleh⁴⁾

^{1,2,3} Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kerinci

⁴ Faculty of Syariah and Laws,Universiti Sains Islam

*Email korespondensi: renaseptiana62@gmail.com

Abstract

A consumption of instant noodles from Korea, namely Samyang noodles, which is a country with a non-Muslim majority population, there are issues circulating regarding the halalness of Samyang noodle products which are considered to contain pork oil. This research aims to examine how the halal label factor influences buyer preferences, especially in the Kerinci area. The author uses quantitative research with a descriptive approach. In the research used as primary data were answers to questionnaires submitted to the people of Kerinci Regency. Meanwhile, secondary data is in the form of library literature, notes or historical reports that have been compiled in archives (documentary data) such as the Purchase Decision for Samyang Noodles in Generation Z, and processed using certain statistical methods. The scope of this research focuses more on variables that influence purchasing decision preferences. on imported food products. The influencing variables are halal labeling, income and product price. The results of this research are that the halal label variable has a significant effect on the decision to choose because the t-count value of ttable or 3.652, 199495 and the resulting significance is 0.001 - 0.05. So this means that the halal label variable has a significant effect on the decision to choose. "The halal label variable has a positive influence on the decision to choose teenagers from Kerinci Regency" is accepted. Meanwhile, the price variable does not have a significant effect on the decision to choose because the value of tcount or 1.718 1.99495 and the resulting significance is 0.90 0.05. So this means that the price variable does not have a significant effect on choosing decisions. "The price variable does not have a positive influence on the decision to choose teenagers from Kerinci Regency" and the percentage of influence between variables X1 and X2 on variable Y is 19.2%

Keywords: halal label, price, purchasing decision price

Saran sitasi: Septiana, R., Syarif, D., Bustami, A. W., & Saleh, M. A. (2024). Pengaruh Analisis Label Halal dan Hargaterhadap Keputusan Membeli Produk Mie Samyang Bagi Remaja di Wilayah Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1398-1409. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.12741>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.12741>

1. PENDAHULUAN

Produk makanan yang tersedia di Indonesia tidak hanya berasal dari dalam negeri, tetapi juga dari luar negeri. Berdasarkan data Bank Indonesia untuk periode Februari hingga Desember 2022, impor makanan dan minuman olahan untuk rumah tangga mengalami peningkatan signifikan, mencapai US\$ 4.651.489 miliar atau meningkat sebesar 20,5% dibandingkan tahun sebelumnya, seperti yang disampaikan oleh Wijaya, Fenomena Korean wave atau popularitas budaya Korea di Indonesia telah mempengaruhi kebiasaan belanja masyarakat,

terutama kaum muda, yang cenderung memilih untuk membeli produk impor seperti mie samyang (Wijaya and Padmantyo 2019). Meskipun produk tersebut telah memiliki sertifikasi halal, penting bagi konsumen untuk tetap memperhatikan label kemasan saat membeli makanan karena tidak semua varian produk samyang bersertifikat halal meskipun memiliki rasa yang sama. Menurut data yang dikeluarkan oleh World Instant Noodles Association, konsumsi mi instan di Indonesia mencapai 14,26 miliar porsi/bungkus pada tahun 2022, yang mengalami peningkatan sebesar 4,98% dibandingkan

tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini juga terjadi pada tahun-tahun sebelumnya, dengan konsumsi mi instan Indonesia mengalami kenaikan sebesar 4,98% (yoy) pada tahun 2021 dan sebesar 0,95% (yoy) pada tahun 2020. Pada tahun 2019, konsumsi mi instan di Indonesia hanya mencapai 12,52 miliar bungkus, sehingga terjadi peningkatan sebesar 13,89% pada tahun 2022 jika dibandingkan dengan periode sebelum pandemi (Annur 2023).

Tingkat konsumsi mie Samyang pada tahun 2022 mencapai 12,1%. Produk makanan yang tersedia di Indonesia tidak hanya didominasi oleh produk lokal, tetapi juga melibatkan produk impor. Menurut data Bank Indonesia untuk periode Februari hingga Desember 2022, impor makanan dan minuman olahan untuk rumah tangga mengalami peningkatan yang signifikan, mencapai nilai US\$ 4.651.489 miliar atau meningkat sebesar 20,5% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, sebagaimana yang diungkapkan oleh Wijaya dan Padmantyo pada tahun 2023 (NAURA 2023)

Dengan meningkatnya popularitas konsumsi Mie Instan di Indonesia, terutama Mie Samyang dari Korea yang mayoritas penduduknya non-muslim, timbul perdebatan tentang kehalalan produk tersebut karena dugaan kandungan minyak babinya (NINGTYAS 2018). Meskipun tidak ada larangan langsung terhadap produk yang mengandung babi di Indonesia, aturan BPOM Tahun 2018 mengenai label pangan olahan mewajibkan produk tersebut untuk menampilkan penanda khusus, seperti tulisan 'Mengandung Babi' dan gambar babi berwarna merah dalam kotak persegi panjang berwarna merah di atas dasar putih. Dengan banyaknya penyebaran Mie Samyang di Indonesia, konsumen muslim diharapkan untuk memastikan kesesuaian produk dengan prinsip kehalalan (Noor 2020).

Peningkatan penjualan Mie Samyang yang signifikan, terbukti dari angka penjualannya yang luar biasa tinggi. Pertumbuhan ini memberikan peluang bagi salah satu marketplace, Elevation, yang mencatat bahwa dalam satu hari terjadi transaksi jual-beli Mie Samyang sebanyak 9.210 bungkus. Angka penjualan ini merupakan pencapaian yang mengesankan hanya dalam satu hari. Fakta bahwa penjualan Mie Samyang begitu tinggi mengejutkan, terutama mengingat harga jualnya yang relatif lebih mahal daripada jenis mie instan lainnya yang beredar di Indonesia. Fenomena ini juga mendorong peningkatan ekspor Mie Instan Indonesia ke pasar global (Noor 2020).

Menurut informasi yang diperoleh dari Kementerian Dalam Negeri, pada akhir tahun 2022, populasi penduduk Indonesia mencapai 277,75 juta orang. Dari jumlah tersebut, sebanyak 241,7 juta orang adalah penganut agama Islam. sehingga secara tidak langsung kehidupan masyarakat Indonesia menyesuaikan dengan syariat Islam.

Labelisasi halal merupakan label yang menginformasikan kepada konsumen produk yang berlabel tersebut, bahwa produk tersebut benar-benar halal dan bahan-bahan yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan secara syariah sehingga produk tersebut dapat dikonsumsi oleh konsumen (Rahmani et al. 2023). dengan demikian produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada produknya, dianggap belum mendapatkan persetujuan oleh lembaga yang berwenang (LPPOM-MUI) untuk diklasifikasikan dalam produk yang halal atau dianggap masih diragukan kehalalannya (Rizal 2016), sejalan juga dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh alfiah bahwa label halal sebagai salah satu penentu bagi konsumen untuk memutuskan menggunakan produk tertentu (Alfiah and Muflikha 2022)

Penelitian pada tahun 2020 yang dilakukan oleh Anggrain menemukan bahwa Label halal memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen untuk makanan kemasan impor dengan data $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $7,554 > 1,984$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan 0,000 lebih kecil dari 0,05) (Safitri et al. 2024).

Harga merupakan satu faktor penting dari banyaknya faktor yang dipertimbangkan pembeli dalam menentukan pilihan pembelian (Agusta and Magdalena 2023). Suatu perusahaan hendaknya menetapkan harga yang sebanding dengan mutu dan nilai produk. Harga yang teramat tinggi atau sebaliknya dapat menjadi faktor penentu bagi pembeli. Tingginya harga dapat membuat konsumen berpindah pada produk lain yang sejenis begitupun sebaliknya (Mustika Sari and Prihartono 2021) dan Penelitian yang lain bahwa harga, image negara asal dan citra merknya mempengaruhi berpengaruh konsumen untuk melakukan pembelian (Marchella and Juniwati 2021)

Keputusan pembelian adalah tahapan dalam pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. Kehalalan dan harga produk sangat berdampak terhadap keputusan pembelian produk

seperti mie samyang (Mustika Sari and Prihartono 2021).

Menurut penelitian yang dilakukan (Kasus et al., 2019). menyatakan bahwa variabel logo halal dan kesadaran halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Label Halal berpengaruh kuat terhadap minat beli, demikian juga berdampak besar terhadap minat beli frozen food (Iestari and Supriyanto 2022).

Penelitian ini dilakukan Untuk memberikan keyakinan terhadap konsumen dalam membeli produk seperti mie samyang, dan memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip kehalalan islam. dan memberikan keyakinan kepada konsumen muslim bahwa mie samyang dapat dikonsumsi dengan aman sesuai dengan aturan agama islam, meskipun terdapat penelitian yang menyatakan bahwa Logo Halal terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen secara langsung, namun Logo Halal terbukti dapat mempengaruhi perilaku konsumen secara signifikan melalui mediasi variabel kesadaran halal (Fathoni, Faizi, and Sari 2023).

Penelitian dahulu menggunakan empat variabel yaitu Labelisasi Halal, Halal Awareness, Harga, dan Promosi sedangkan penelitian ini menguji variabel X_1 , X_2 dan y yaitu label halal, harga, sampel di kabupaten kerinci. Judul “pengaruh analisis label halal dan harga terhadap keputusan pembeli produk mie samyang bagi remaja di wilayah kabupaten kerinci “ini dipilih untuk meneliti bagaimana faktor kehalalan label mempengaruhi preferensi pembeli khususnya di wilayah kerinci. (1), label halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk, terutama bagi mereka yang memperhatikan aspek keagamaan; (2). harga yang bersaing dan sesuai dengan nilai produk dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen; (3). kombinasi label halal dan harga yang tepat dapat meningkatkan daya tarik produk serta kepercayaan konsumen dalam membuat keputusan.

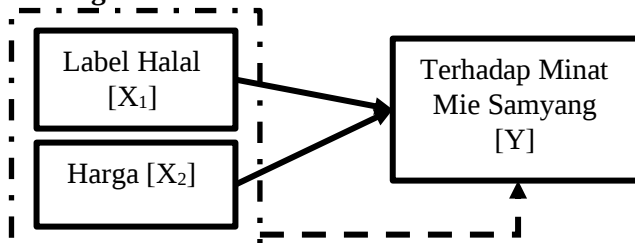
Pemilihan wilayah kerinci ini dipilih sebagai lokasi penelitian ini, agar dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai aspek keagamaan terutama label halal pada produk yang dikonsumsi apakah telah sesuai dengan prinsip-prinsip kehalalan dalam islam atau belum dan sebagai pengambilan keputusan dalam pembelian produk (Rosada and Widigdo 2023), karena di wilayah kerinci kebanyakan mayoritas beragama islam berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi) pada tahun 2021 orang

yang beragama islam mencapai 97,96 jiwa (Statistik 2022) dan memiliki dampak yang signifikan pada perilaku konsumen di daerah kerinci, harga menjadi faktor untuk keputusan membeli sedangkan label halal memberikan keyakinan bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan produk.

Berdasarkan penelitian latar belakang yang diartikan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- Apakah label halal mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk makanan mie samyang bagi remaja di wilayah kabupaten kerinci?
- Apakah harga bisa mempengaruhi keputusan terhadap pembeli produk mie samyang?
- Apakah label halal dan harga mempengaruhi keputusan pembeli?

Kerangka Masalah



Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, variabel independen meliputi Label Halal (X_1) dan Harga (X_2), yang dapat berpengaruh terhadap variabel terikat.

Variabel dependen, di sisi lain, adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah Keputusan konsumen membeli produk mie

UJI PARSIAL

Uji parsial merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengevaluasi signifikansi masing-masing koefisien regresi atau parsial. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh individual dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengamati nilai T pada taraf signifikansi 5%

UJI SIMULTAN

uji simultan, atau uji F , digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F yang dihitung dengan nilai kritis F dari tabel ANOVA.

Hipotesis

Berdasar latar belakang dan perumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut;

- a. H1: terdapat pengaruh labelisasi halal (X1) terhadap variabel (Y)
H0: tidak terdapat pengaruh label halal (X1) terhadap variabel (Y)
- b. H1: terdapat pengaruh harga (X2) terhadap variabel (Y)
H0: tidak terdapat pengaruh harga (X2) terhadap variabel (Y)
- c. H1: terdapat pengaruh labelisasi halal (X1) dan harga (X2) terhadap variabel (Y)
H0: tidak terdapat pengaruh label halal (X1 dan harga (X2) terhadap variabel (Y)

2. METODE PENELITIAN

2.1. Pendekatan Penelitian

Peneliti memilih pendekatan melalui penelitian kuantitatif dengan fokus pada analisis data numerik yang menggunakan metode statistik tertentu. Pendekatan ini sesuai dengan pandangan Arikunto (2006), yang menyatakan bahwa penelitian kuantitatif menitikberatkan pada penggunaan data berupa angka, dari pengumpulan hingga penafsiran dan penyajian hasilnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya, dengan fokus pada variabel-variabel yang mempengaruhi preferensi keputusan pembelian produk makanan impor, seperti labelisasi halal, pendapatan, dan harga produk.

2.2. Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kerinci karena daerah tersebut dikenal memiliki banyak produk makanan impor. Tujuan penelitian adalah menganalisis preferensi konsumen dalam keputusan pembelian produk makanan impor di Kabupaten Kerinci, yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Meskipun demikian, penelitian ini tidak secara eksklusif mempertimbangkan variabel-variabel ekonomi Islam, karena aspek kehalalan dan kebaikan dalam konsumsi makanan dapat dianggap universal bagi semua manusia, tidak hanya bagi mereka yang beragama Muslim. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami preferensi konsumen terhadap produk makanan impor, dengan pertimbangan bahwa produk yang bersertifikat halal

cenderung lebih aman untuk dikonsumsi karena terbebas dari zat-zat berbahaya.

2.3. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan masih dalam bentuk mentah atau belum diolah. Meskipun demikian, data primer belum cukup untuk pengambilan keputusan dan memerlukan analisis lebih lanjut. Dalam konteks penelitian ini, data primer adalah jawaban dari kuesioner yang disampaikan kepada masyarakat Kabupaten Kerinci.

Sementara itu, data sekunder terdiri dari literatur kepustakaan, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam bentuk arsip, juga dikenal sebagai data dokumenter. Sebagai contoh, seperti yang disebutkan dalam studi oleh putri (mengenai "Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z (Iestari and Supriyanto 2022).

2.4. Instrumen Penelitian

Metode pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner, yang merupakan pendekatan untuk mengumpulkan data primer dengan menggunakan serangkaian pertanyaan yang dirancang secara cermat untuk mengukur variabel yang diteliti. Kuesioner disusun sedemikian rupa sehingga respons dari pertanyaan dapat memberikan gambaran yang akurat tentang keadaan variabel yang sebenarnya. Kuesioner yang digunakan adalah jenis tertutup, di mana responden diminta untuk memilih dari beberapa alternatif jawaban yang telah disediakan untuk menyatakan tanggapan mereka terhadap pernyataan yang diajukan. Selain itu, dalam kuesioner ini juga terdapat beberapa pertanyaan terbuka yang ditujukan kepada responden untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang jawaban mereka terhadap masing-masing variabel. Semua variabel dalam penelitian ini diekspresikan dalam bentuk numerik, berikut tabel yang menjelaskan skala Likert

Tabel 1. Skala Likert

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Diolah penulis, 2023

Untuk memudahkan dalam pengukuran, maka sebuah definisi operasional. definisi operasional dalam konsep akan dijabarkan dalam bentuk penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

VARIABEL	DEFINISI OPERASIONAL	INDIKATOR
Label halal (X ₁)	Label halal adalah penanda yang menegaskan kehalalan sebuah produk dan memberikan informasi bahwa produk tersebut tidak mengandung najis atau tidak melalui proses yang bertentangan dengan prinsip-prinsip agama Islam.	1. Gambar adalah representasi visual yang dibuat dengan meniru bentuk atau pola dari objek seperti hewan, manusia, tumbuhan, dan sebagainya, menggunakan coretan atau goresan. 2. Tulisan adalah hasil dari aktivitas menulis yang memiliki tujuan agar bisa dibaca dan dimengerti. 3. Kombinasi gambar dan tulisan merujuk pada penggunaan elemen visual dan teks yang disatukan untuk menyampaikan pesan atau informasi secara lebih efektif.
Harga (X ₂)	Harga merupakan nilai uang yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan suatu produk. Sebagai faktor krusial, harga memegang peranan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian.	1. Ketersediaan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian produk. 2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas produk menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam menilai nilai suatu produk. 3. Kemampuan harga bersaing dengan produk sejenis di pasaran merupakan hal yang perlu dipertimbangkan dalam strategi pemasaran produk.
Keputusan membeli (Y ₁)	Keputusan pembelian adalah tindakan yang diambil oleh seorang konsumen untuk membeli produk atau jasa, yang didasarkan pada berbagai pertimbangan dan faktor tertentu.	1. Pengenalan masalah merupakan tahap awal dalam proses pembelian, di mana konsumen mulai menyadari adanya suatu kebutuhan atau masalah yang mendorongnya untuk mencari solusi. 2. Pencarian informasi adalah langkah berikutnya dalam proses pembelian, di mana konsumen aktif mencari informasi tentang produk atau layanan yang tersedia. 3. Keputusan pembelian terjadi ketika konsumen membentuk niat atau maksud untuk membeli produk yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan atau preferensinya.

Metode yang dipakai untuk menganalisis data adalah menggunakan analisis regresi logistik. Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya, diperlukan pengolahan data menggunakan beberapa uji metode agar dapat mencapai hasil yang diinginkan. Berikut adalah teknik pengolahan data yang dilakukan dalam Pengujian Instrumen Penelitian:

- a. Uji Validitas: Merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan seberapa valid atau akurat suatu alat ukur dalam mengukur konsep yang diinginkan (Sanaky 2021). Validitas dianggap terpenuhi jika koefisien korelasi r yang dihitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5% (0.05), sehingga pernyataan tersebut dapat dianggap valid.
- b. Pengujian Reliabilitas: Tujuannya adalah untuk menilai sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten ketika melakukan pengukuran ulang pada gejala yang sama menggunakan alat ukur

yang sama, baik secara eksternal maupun internal (Sanaky 2021). Jika koefisien reliabilitas yang dihitung melebihi angka 0,6, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dapat diandalkan (Nova, Manullang, and Novika 2020)

- c. Pengujian Normalitas: Dilakukan dengan maksud untuk mengevaluasi distribusi data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah distribusinya mengikuti pola normal atau tidak.
- d. Pengujian Heteroskedastisitas: Bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lain dalam model regresi. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,5, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.
- e. Pengujian Multikolinearitas: Kriteria pengambilan keputusan adalah ketika tidak terdapat indikasi multikolinearitas apabila nilai

toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

f. Uji Hipotesis:

Uji t: Digunakan untuk menentukan signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat dengan dua arah berdasarkan tabel. Untuk melakukan uji t, data harus ditransformasikan terlebih dahulu. Hasil dari analisis uji t menunjukkan signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial.

g. Uji F: Bertujuan untuk menilai pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Variabel independen yang dimaksud adalah label halal, harga, dan keputusan membeli.

h. Analisis Regresi Berganda: Merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Dalam analisis regresi linear berganda, dilakukan penelitian untuk menentukan arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

i. Koefisien Determinasi: Digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memberikan gambaran tentang seberapa baik variabel independen menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

Populasi yang menjadi subjek penelitian ini adalah remaja berusia 12-24 tahun di Kabupaten Kerinci. Untuk menentukan sampel, rumus Slovin digunakan dengan tingkat kesalahan sebesar 7%, yang menghasilkan total sampel sebanyak 70 responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengukur korelasi antara skor dari setiap pernyataan dengan skor total. Nilai korelasi yang dihitung (r_{hitung}) kemudian dibandingkan dengan nilai tabel (r_{tabel}). Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf kepercayaan tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut memenuhi kriteria validitas, sehingga pernyataan dianggap valid. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 1%, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0.2319. Berikut adalah hasil uji validitas data:

X1			
NDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KET
AKREDITASI			
LB1	,738**	0.23179	VALID
LB2	,680**	0.23179	VALID
LB3	,727**	0.23179	VALID
LB4	,719**	0.23179	VALID
LB5	,675**	0.23179	VALID

Dari hasil uji Validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa semua lima indikator pertanyaan akreditasi memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total, menunjukkan kevalidan masing-masing pertanyaan. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan dari uji validitas, dengan mencatat bahwa R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} :

- Untuk indikator pertanyaan pertama, R_{hitung} yang didapatkan adalah sebesar $0,738 > 0,231$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan pertama dinyatakan Valid (sah).
- Indikator pertanyaan kedua memiliki nilai R_{hitung} sebesar $0,680 > 0,231$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan kedua dinyatakan Valid (sah).
- Nilai R_{hitung} untuk indikator pertanyaan ketiga adalah $0,727 > 0,231$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pertanyaan ketiga dinyatakan Valid (sah).
- Indikator pertanyaan keempat memiliki nilai R_{hitung} sebesar $0,719 > 0,231$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan keempat dinyatakan Valid (sah).
- Nilai R_{hitung} untuk indikator pertanyaan kelima adalah $0,675 > 0,231$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pertanyaan kelima dinyatakan Valid (sah).

X2			
INDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KET
AKREDITASI			
HR1	,466**	0.23179	VALID
HR2	,327**	0.23179	VALID
HR3	,592**	0.23179	VALID

Dari hasil uji Validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa tiga indikator pertanyaan akreditasi memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total, menunjukkan kevaliditas masing-masing pertanyaan. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan dari uji validitas, dengan mencatat bahwa R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} :

- Untuk indikator pertanyaan pertama, Rhitung yang didapatkan adalah sebesar $0,466 > 0,231$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan pertama dinyatakan Valid (sah).
- Indikator pertanyaan kedua memiliki nilai Rhitung sebesar $0,327 > 0,231$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan kedua dinyatakan Valid (sah).
- Nilai Rhitung untuk indikator pertanyaan ketiga adalah $0,592 > 0,231$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pertanyaan ketiga dinyatakan Valid (sah).

Y1			
INDIKATOR	R HITUNG	R TABEL	KET
AKREDITASI			
KM1	,866**	0.23179	VALID
KM2	,381**	0.23179	VALID
KM3	,824**	0.23179	VALID

Dari hasil uji Validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa tiga indikator pertanyaan mengenai Keputusan memilih memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total, menunjukkan kevalidan masing-masing pertanyaan. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan dari uji validitas, dengan mencatat bahwa Rhitung lebih besar dari Rtable:

- Untuk indikator pertanyaan pertama, Rhitung yang didapatkan adalah sebesar $0,866 > 0,231$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan pertama dinyatakan Valid (sah).
- Indikator pertanyaan kedua memiliki nilai Rhitung sebesar $0,381 > 0,231$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan kedua dinyatakan Valid (sah).
- Nilai Rhitung untuk indikator pertanyaan ketiga adalah $0,824 > 0,231$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pertanyaan ketiga dinyatakan Valid (sah).

Uji Reliabilitas

Beberapa kali pengukuran terhadap objek yang sama menghasilkan data yang seragam. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengevaluasi konsistensi kuesioner. Uji reliabilitas pada instrumen penelitian dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, yang mengelompokkan item-item menjadi dua atau lebih subbagian. Jika nilai Cronbach's Alpha $>$ dari 0,60 dari tabel product moment, maka data penelitian dianggap reliabel atau dapat diandalkan untuk digunakan sebagai input dalam proses analisis data

untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil uji reliabilitas dari setiap item pernyataan variabel harga, promosi, dan keputusan memilih yang digunakan dalam penelitian terdapat dalam tabel.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah: Jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60 maka kuisisioner/angket dinyatakan reliabel/konsisten. Jika nilai Cronbach's Alpha $<$ 0,60 maka kuisisioner/angket dinyatakan tidak reliabel/konsisten.

Reliability StatiReliability Statistics

X1	
Cronbach's Alpha	N of Items
,748	5

Data dalam tabel di atas tersebut menggambarkan hasil analisis uji reliabilitas, di mana nilai Cronbach's Alpha (R_hitung) dari 5 pertanyaan telah dihitung. Nilai Cronbach's Alpha $>$ dari 0,60. Ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dari variabel X1 Akreditasi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap reliabel, karena nilai Cronbach's Alpha mencapai $0,748 > 0,60$.

Reliability Statistics

X2	
Cronbach's Alpha	N of Items
,687	3

Data dalam tabel di atas tersebut menggambarkan hasil analisis uji reliabilitas, di mana nilai Cronbach's Alpha (R_hitung) dari 3 pertanyaan telah dihitung. Nilai Cronbach's Alpha $>$ dari 0,60. Ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dari variabel X2 Akreditasi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap reliabel, karena nilai Cronbach's Alpha mencapai $0.687 > 0,60$

Reliability Statistics

Y1	
Cronbach's Alpha	N of Items
,530	3

Data dalam tabel di atas tersebut menggambarkan hasil analisis uji reliabilitas, di mana nilai Cronbach's Alpha (R_hitung) dari 3 pertanyaan telah dihitung. Nilai Cronbach's Alpha $>$ dari 0,60. Ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dari variabel Y1 Akreditasi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap reliabel, karena nilai Cronbach's Alpha mencapai $0.530 > 0,60$.

Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan Jika nilai signifikansi $> 0,005$. Maka residual berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi $< 0,005$. Maka residual tidak berdistribusi normal

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30897344
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.056
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai residual memiliki distribusi yang normal. **uji multikolinearitas** dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut: tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

Coefficients

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(constant)		
LABEL HALAL	.999	1.001
HARGA	.999	1.001

a. Dependent Variable: Y1

Tabel diatas menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki nilai Tolerance Value diatas 0,1 dan VIF kurang dari 10:

- a. nilai Tolerance Value untuk variabel label halal 0,999, harga 0,999 Maka hasil yang didapat besar dari 0,10
 b. sedangkan nilai VIF untuk variabel label halal 1.001 (1,0), harga 1.001 Maka hasil yang didapat kecil dari 10
 c. Dapat dinyatakan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi

Uji Heteroskedastisitas

Digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lain dalam model regresi. Jika variansnya sama dan residual dari satu pengamatan tidak berbeda dengan pengamatan lain, maka kondisi tersebut disebut homoskedastisitas. Namun, jika terdapat perbedaan varians, maka kondisi tersebut disebut heteroskedastisitas. Jika nilai $> 0,5$, maka tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.807	1.195		.676	.502
HALAL	.023	.034	.082	.676	.501
HARGA	-.019	.077	-.031	-.251	.803

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas nilai signifikan pada variabel label halal, variabel harga memiliki nilai lebih besar dari 0,05 atau $0,501 > 0,05$ kemudian $0,803 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Hipotesis**Uji t**

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas (label halal, harga, dan keputusan membeli produk) terhadap variabel terikat secara parsial atau individual, dilakukan analisis dengan menggunakan uji t dua arah berdasarkan tabel data yang telah ditransformasi terlebih dahulu. Hasil dari analisis uji t menunjukkan hal-hal sebagai berikut.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.556	2.121		1.205	.232
X1	.220	.060	.401	3.652	.001
X2	.235	.137	.189	1.718	.090

a. Dependent Variable: Y1

Untuk memahami seberapa besar pengaruh yang dimiliki oleh setiap variabel independen (label halal, harga, dan keputusan membeli) terhadap variabel dependen (keputusan remaja di wilayah Kabupaten Kerinci), kita dapat mengevaluasi nilai signifikansi masing-masing variabel, yang dalam hal ini adalah 199495.

a. Dari hasil perhitungan data pada tabel diatas, variabel akreditasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih karena nilai t hitung < t tabel atau 3.652, < 199495 dan signifikan yang dihasilkan 0,001 < 0,05. Maka hal ini berarti bahwa variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. “variabel label halal Berpengaruh Positif terhadap Keputusan memilih remaja kabupaten kerinci” diterima

b. Dari hasil perhitungan data pada tabel diatas, variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih karena nilai t hitung < t tabel atau 1.718 < 1.99495 dan signifikan yang dihasilkan 0,90 > 0,05. Maka hal ini berarti bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. “variabel harga tidak Berpengaruh Positif terhadap Keputusan memilih remaja kabupaten kerinci”

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh secara simultan dari variabel independen, yaitu label halal, harga, dan keputusan membeli, terhadap variabel dependen, yaitu keputusan memilih. Hasil perhitungan uji F tercantum dalam tabel berikut ini:

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	28.075	2	14.037	7.955	.001 ^b
Residual	118.225	67	1.765		
Total	146.300	69			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau F yang tercantum dalam tabel di atas, terlihat bahwa nilai f hitung 7.955 > 3.13 dengan signifikansi sebesar 0.001 yang lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya (0.05). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk

memprediksi keputusan memilih (Y), atau dengan kata lain, variabel label halal, harga, atau secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih remaja di Kabupaten Kerinci terkait dengan keputusan membeli produk mie Samyang.

Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.556	2.121		1.205	.232
X1	.220	.060	.401	3.652	.001
X2	.235	.137	.189	1.718	.090

a. Dependent Variable: Y1

Interpretasi:

- a. **CONSTANTA:**Nilai a sebesar 2.556 merupakan konstanta atau keadaan variabel Keputusan memilih (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel label halal (X1), variabel harga (X2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel keputusan memilih (Y) tidak mengalami perubahan, tetap pada angka 2.556.
- b. **b1:** (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,220 menunjukkan bahwa variabel label halal (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan memilih (Y) yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel harga (X1) maka akan mempengaruhi variabel keputusan memilih (Y) sebesar 0,220 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- c. **b2:** (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,235 menunjukkan bahwa variabel harga (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan memilih (Y) yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel harga (X2) maka akan mempengaruhi variabel keputusan memilih (Y) sebesar 0,235 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.438 ^a	.192	.168	1.32837

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa besar nilai R Square adalah 0,192 atau 19,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel label halal, harga terhadap keputusan memilih secara simultan memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 19,2% dan sisanya sebesar 80,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

3.2. Pembahasan Variabel yang paling besar pengaruhnya

Adapun variabel yang paling dominan berpengaruh signifikan dalam keputusan memilih adalah variabel persepsi yang dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,652 > 1,99495$ signifikan yang dihasilkan 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Hasil dari penelitian (Safitri et al. 2024) adalah pengaruh signifikan dari label halal terhadap produk makanan Jepang dengan nilai t_{hitung} variabel X

adalah 5,664 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,98397. Serta besaran persentase pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y yaitu 24,5% menunjukkan bahwa label halal memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk cemilan Jepang. Meskipun pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel X masuk ke dalam kriteria „cukup“ dapat dikatakan variabel yang diteliti saling berkesinambungan.

Hasil penelitian ini variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $3.652 < 1.99495$ dan signifikan yang dihasilkan $0,001 < 0,05$. Maka hal ini berarti bahwa variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. “variabel label halal Berpengaruh Positif terhadap Keputusan memilih remaja kabupaten kerinci” diterima. Sementara variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1.718 < 1.99495$ dan signifikan yang dihasilkan $0,90 > 0,05$. Maka hal ini berarti bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih. “variabel harga tidak Berpengaruh Positif terhadap Keputusan memilih remaja kabupaten kerinci” Serta besaran persentase pengaruh antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y yaitu 19.2%

4. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dan pembahasan dari penelitian tentang dampak dari label halal, harga, dan keputusan membeli produk mie Samyang terhadap remaja di wilayah Kabupaten Kerinci, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. berdasarkan variabel label halal(X_1)signifikan terhadap keputusan memilih karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $3.652 < 1.99495$ dan signifikan yang dihasilkan $0,001 < 0,05$.Maka hal ini berarti bahwa variabel label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih.
- b. variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1.718 < 1.99495$ dan signifikan yang dihasilkan $0,90 > 0,05$. Maka hal ini berarti bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih.”
- c. Serta besaran persentase pengaruh antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y yaitu 19.2%

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa adanya label halal memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk, sementara harga tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie Samyang bagi remaja di wilayah Kabupaten Kerinci.

Saran

- a. Untuk pemerintah, diharapkan bahwa perusahaan-perusahaan atau importir makanan di Indonesia akan mengajukan registrasi produk mereka untuk memperoleh label halal dari MUI. Tindakan ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan produk makanan impor.
- b. Bagi masyarakat, pentingnya label halal menjadi perhatian khusus bagi individu Muslim sebelum mereka memutuskan untuk membeli produk makanan. Konsumen diharapkan menjadi lebih cermat dan berhati-hati dalam memilih produk impor seperti mie Samyang.
- c. Bagi peneliti, saran untuk penelitian selanjutnya adalah mempertimbangkan penambahan variabel lain yang mungkin memengaruhi keputusan pembelian, seperti kesesuaian produk dengan kebutuhan pembeli, strategi promosi, dan faktor-faktor lainnya.
- d. Diharapkan penelitian mendatang dapat melibatkan sampel dengan cakupan responden yang lebih luas sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait dengan topik yang sama.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, Pram, and Maria Magdalena. 2023. "Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Masyarakat Bidar Alam Solok Selatan." *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen* 1 (2): 105–29.
- Alfiah, Alfiah, and Nur Rismatul Muflikha. 2022. "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang Kecamatan Prigen." *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 5 (1): 54. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.130>.
- Annur, Cindy Mutia. 2023. "Jumlah Konsumsi Mi Instan Di Indonesia Meroket Semenjak Pandemi Covid-19." *DATABOKS*, May 25, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/25/jumlah-konsumsi-mi-instan-di-indonesia-meroket-semenjak-pandemi-covid-19>.

- Fathoni, Muhammad Anwar, Faizi, and Retna Sari. 2023. "Determinasi Pembelian Makanan Halal Melalui Platform Digital: Kesadaran Halal Sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9 (01): 46.
- Iestari, Putri Indah, and Agus Supriyanto. 2022. "Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z : Ditinjau Dari" 01 (02): 12–22.
- Marchella, Vina, and Juniwati. 2021. "Keputusan Pembelian Samyang Food Mie Instan Asal Korea Selatan Varian Halal Oleh Followers." *Proceeding Seminar Bisnis Seri V 2021 V*: 398–411.
- Mustika Sari, Rissa, and Prihartono. 2021. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)* 5 (3): 1171–84.
- NAURA, NANDA. 2023. "Daftar Merek Mi Instan Yang Paling Banyak Dikonsumsi Masyarakat Sepanjang 2022." *GOODSTATS*. 2023. <https://goodstats.id/article/daftar-merek-mi-instan-yang-paling-banyak-dikonsumsi-masyarakat-sepanjang-2022-ngWxF>.
- NINGTYAS, IKA. 2018. "[Fakta Atau Hoax] Benarkah Mie Samyang Mengandung Babi Dan Ditarik Dari Pasar?" *Tempo.Co*. 2018. <https://cekfakta.tempo.co/fakta/49/fakta-atau-hoax-benarkah-mie-samyang-mengandung-babi-dan-ditarik-dari-pasar>.
- Noor, NuzullaIrvan. 2020. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Mie Samyang Sebagai Mie Instan Import." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, Malang*.
- Nova, Tresia, Rizal Ruben Manullang, and Novika. 2020. "Kajian Empiris Proses Rekrutmen Sebagai Karyawan Pt Nusantara Surya Sakti Cabang." *Progresif Manajemen Bisnis (Jipmb)*, *Stie-Ibek* 7 (2): 38–49.
- Rahmani, Zikri, Dini Oktariani, Fakultas Ekonomi, and Universitas Bangka Belitung. 2023. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Sunnah Nabi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9 (01): 96–104.
- Rizal, Tengku Putri Lindung Bulan & Muhammad. 2016. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam* 5 (1): 431–39. <https://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/view/49%0Ahttps://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/download/49/28>.
- Rosada, Putrisma Iffa, and Mohammad Syifa Amin Widigdo. 2023. "Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Melalui Shopee Saat Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perspektif Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9 (2): 1658. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7123>.

- Safitri, Anastasya, Arita Putri, Asrul Bahar, Mauren Gita Miranti, Niken Purwidiani, Pendidikan Tata Boga, and Universitas Negeri Surabaya. 2024. "Jurnal Tata Boga Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Makanan (Snack) Jepang Di Surabaya" 12 (2): 33–39.
- Sanaky, Musrifah Mardiani. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah." *Jurnal Simetrik* 11 (1): 432–39. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>.
- Statistik, Badan Pusat Jambi. 2022. "Jumlah Penduduk Menurut Agama Yang Dianut (Jiwa), 2018-2022." Jambi. <https://jambi.bps.go.id/indicator/156/54/1/jumlah-penduduk-menurut-agama-yang-dianut.html>.
- Wijaya, Surya Adi, and Sri Padmantyo. 2019. "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan." *Jimfeb.Ub.Ac.Id* 2: 1–8.