

KUALITAS PRODUK DAN LABELISASI HALAL DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SAMYANG

Eriani¹, Fiana Aura Yunita², Kevin Multi³, Asmini⁴, Binar Dwiyanto Pamungkas^{5*}

¹⁻⁵Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: binardwiyantopamungkas@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian mie samyang di Kabupaten Sumbawa Besar. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden. Data tersebut Teknik pengumpulannya melalui observasi dan angket. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah regresi linier sederhana. Berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mie Samyang di Kabupaten Sumbawa, hal ini didasarkan pada nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,900 > 2,011$) dan nilai signifikansinya 0,006 lebih kecil dari 0,05. Pelabelan halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Samyang di Kabupaten Sumbawa, hal ini didasarkan pada nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,142 > 2,01$) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kemudian secara simultan kualitas produk dan label halal berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian mie samyang di Kabupaten Sumbawa, hal ini berdasarkan uji f dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,624 > 2,80$) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih rendah dari 0,05, sedangkan nilai R^2 sebesar 0,512 atau 51,2% berarti persentase pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian mie samyang di kabupaten sumbawa adalah sebesar 51,2% sedangkan sisanya sebesar 49,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel tersebut. pelajaran ini.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Labelisasi Halal, Keputusan Pembelian.*

PENDAHULUAN

Manusia memiliki banyak kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hidupnya. Manusia mempunyai beberapa kebutuhan, ada kebutuhan rohani dan ada kebutuhan jasmani. Pada kebutuhan jasmani manusia membutuhkan sandang, pangan dan papan atau tempat hidup. Dalam rangka memenuhi kebutuhannya tersebut manusia mengonsumsi suatu barang dan jasa.

Di era modern seperti sekarang ini, teknologi berkembang semakin canggih, hal ini membuat berbagai macam merek produk bermunculan dengan menonjolkan keunggulannya. Begitu pula dengan produk mie instan. Berbagai macam merek mie instan baru bermunculan dengan variasi dan warna yang memikat, salah satunya adalah mie samyang. Mie samyang adalah mie asal Korea yang memiliki cita rasa pedas, lembaran mie yang lebih tebal serta besar.

Sebelum menetapkan, membeli atau memakai suatu produk, konsumen dihadapkan pada suatu proses pembentukan pandangan yang senantiasa menjadi dasar dalam membuat keputusan pembelian atas suatu produk. Dalam proses tersebut sering kali dijumpai banyaknya penawaran dengan strategi yang diwujudkan dalam bentuk keunggulan produk yang ditawarkan, sehingga menimbulkan berbagai persepsi konsumen yang berbeda.

Menurut Widodo (2016), keputusan pembelian merupakan perilaku atau tindakan seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung risiko yang mungkin ditimbulkannya. Terdapat beberapa pertimbangan bagi konsumen sebelum membuat keputusan pembelian, diantaranya adalah kualitas produk yang ditawarkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2011) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk yang baik akan mendapatkan tempat bagi para pelanggannya. Dengan kualitas produk yang baik, suatu perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaingnya.

Selain itu, konsumen tidak hanya sekedar menuntut produk pangan yang terjamin kandungan gizinya, namun juga keamanannya. Bagi konsumen muslim produk pangan yang aman bukan hanya sekedar terbebas dari cemaran fisik, kimia maupun mikrobiologi, namun juga ada suatu unsur yang hakiki, yaitu aman dari bahaya barang yang diharamkan atau diragukan (Adisasmito, 2016).

Konsep kehalalan di kehidupan masyarakat Indonesia sudah diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat karena kehalalan adalah indikator awal bagi konsumen muslim dalam mengkonsumsi produk. Halal diperuntukkan bagi sesuatu yang baik dan bersih untuk dimakan atau untuk dikonsumsi oleh manusia menurut syariat islam. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar bagi umat Islam. Konsumen muslim cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal daripada produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang (Sumarwan, 2011).

Seorang konsumen yang rasional akan memilih produk dengan kualitas yang baik dan telah dijamin kehalalannya oleh lembaga yang berwenang. Konsumen harus lebih berhati-hati sebelum membuat keputusan pembelian. Selain kualitas produk, sangat penting bagi konsumen muslim untuk mengetahui kehalalan suatu produk. Manfaat yang didapatkan adalah ketenangan konsumen dalam menggunakan produk-produk tersebut karena banyaknya isu tentang produk-produk dipasaran yang diragukan kehalalannya. Adanya label halal dapat memastikan produk terhindar dari bahan baku hewani atau bahan baku lainnya yang dilarang oleh syariat Islam.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian asosiatif. Pengertian asosiatif menurut Sugiyono (2016) adalah metode yang berfungsi untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian Mie Samyang.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016), data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa jawaban responden terhadap pertanyaan/pernyataan yang diberikan melalui kuesioner.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer. Menurut Sugiyono (2016), data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Sumber primer dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen mie samyang yang berbelanja di Indomaret jalan Hasanuddin Kelurahan Bugis selama 2 bulan (Februari-Maret 2021).

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pandangan tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen mie samyang yang berbelanja di Indomaret jalan Hasanuddin Kelurahan Bugis selama 2 bulan (Februari-Maret 2021) yang berjumlah 50 orang.

Sedangkan sampel penelitian menurut Sugiyono (2016) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Melihat jumlah populasi yang tidak terlalu banyak sehingga memungkinkan peneliti untuk mengambil seluruh populasi untuk dijadikan sebagai responden. Teknik pengambilan sampel ini disebut *sensus sampling* (sampel jenuh), yaitu teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan menjadi sampel. Dengan demikian, maka jumlah responden pada penelitian ini adalah sebanyak 50 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2016), kuisisioner adalah memberikan pertanyaan kepada responden. Pertanyaan identitas dan pernyataan variabel pada kuisisioner dimasukkan ke dalam *skala likert* dengan skor 1-4 dengan kriteria 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = setuju, 4 = sangat setuju.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X)

Variabel bebas (independent Variabel) atau variabel X adalah variabel yang di pandang sebagai penyebab munculnya variabel terikat yang diduga sebagai akibatnya (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini variabel independen adalah Kualitas Produk (X_1), dan Labelitas Halal (X_2).

a. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas Produk Mie Samyang adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah bentuk, ciri-ciri produk, kesesuaian, daya tahan, keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan.

b. Labelitas Halal (X_2)

Labelisasi halal adalah pernyataan halal atau pencantuman tulisan pada kemasan produk Mie Samyang. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah adanya tulisan halal, gambar halal, keaslian tulisan dan gambar halal, dan kejelasan gambar halal yang menempel pada kemasan.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Keputusan pembelian merupakan perilaku atau tindakan seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa tertentu. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah ketersediaan produk dengan keinginan, penilaian dari beberapa alternative, pembelian dan perilaku setelah pembelian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif menggunakan uji statistik. Uji statistik yang digunakan, meliputi analisis regresi linier berganda, uji hipotesis parameter parsial (uji t), uji hipotesis parameter simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (uji R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh variabel bebas Kualitas Produk (X₁), dan Labelisasi Halal (X₂) terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi dengan bantuan aplikasi SPSS, diperoleh hasil yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.549	1.570		.986	.329
	Kualitas Produk (X1)	.290	.100	.339	2.900	.006
	Labelisasi Halal (X2)	.397	.096	.485	4.142	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 16.0 (data diolah), 2022.

Berdasarkan tabel 1, maka persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,549 + 0,290 (X_1) + 0,397 (X_2) + e$$

Persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai constanta (a) sebesar 1,549 dan bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas produk dan labelisasi halal bernilai konstan (0), maka keputusan pembelian adalah sebesar 1,549.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X₁) sebesar 0,290 dan bernilai positif. Artinya, jika kualitas produk (X₁) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,290, dengan asumsi nilai labelisasi halal (X₂) adalah konstan (0).

- c. Nilai koefisien regresi variabel labelisasi halal (X_2) adalah sebesar 0,397 dan bernilai positif. Artinya, jika labelisasi halal (X_2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,397, dengan asumsi nilai kualitas produk (X_1) adalah konstan (0).

2. Uji Hipotesis Parameter Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk melihat signifikan pengaruh masing-masing variabel bebas Kualitas Produk (X_1), dan Labelisasi Halal (X_2) terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y). Variabel bebas dikatakan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat, jika nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} . Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam tabel 1, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,900 dan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan ($df=n-k=50-3=47$) dan $\alpha = 5\%$ (0,05) adalah sebesar 2,012, sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} ($2,900 > 2,012$) dan nilai signifikan yang dihasilkan adalah sebesar 0,006 lebih kecil dari 0,05 ($0,006 < 0,05$). Hal ini berarti bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian mie samyang di Indomaret Jalan Hasanuddin Kelurahan Bugis.

b. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,142 dan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan ($df=n-k=50-3=47$) dan $\alpha = 5\%$ (0,05) adalah sebesar 2,012, sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} ($4,142 > 2,012$) dan nilai signifikan yang dihasilkan adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti bahwa labelisasi halal secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian mie samyang di Indomaret Jalan Hasanuddin Kelurahan Bugis.

3. Uji Hipotesis Parameter Simultan (Uji F)

Uji-F bertujuan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel bebas kualitas produk (X_1) dan labelisasi halal (X_2) secara bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Variabel-variabel bebas dikatakan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat, jika nilai F_{hitung} lebih besar dari pada nilai F_{tabel} . Berikut disajikan hasil perhitungan uji hipotesis simultan atau uji F menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

Tabel 3. Hasil Hipotesis Parameter Simultan (Uji-F)

ANOVA^b

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	93.372	2	46.686	24.624	.000 ^b
	Residual	89.108	47	1.896		
	Total	182.480	49			
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Labelisasi Halal						
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber: Output SPSS 16.0 (data diolah), 2021.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 24,624 dan F_{tabel} pada derajat kebebasan ($df_1=k-1=3-1=2$) dan ($df_2=n-k=50-3=47$) sebesar 3,20,

sehingga F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} ($24,624 > 3,20$) dan nilai signifikan yang dihasilkan 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan labelisasi halal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mie samyang di Indomaret Jalan Hasanuddin Kelurahan Bugis.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel kualitas produk (X1) dan labelisasi halal (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R-Square*. Nilai *R-Square* semakin mendekati satu, maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Berikut disajikan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.715 ^a	.512	.491	1.37692
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Labelisasi Halal				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber: Output SPSS 16.0 (data diolah), 2021.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.512. Hal ini berarti bahwa derajat pengaruh variabel kualitas produk dan labelisasi halal terhadap variabel keputusan pembelian mie samyang di Indomaret Jalan Hasanuddin Kelurahan Bugis adalah sebesar 51,2%, sedangkan sisanya sebesar 48,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie samyang di Indomaret Jalan Hasanuddin Kelurahan Bugis. Hasil ini menunjukkan hubungan yang searah. Artinya, semakin tinggi kualitas produk mie samyang, maka keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan semakin meningkat, demikian pula sebaliknya.

Keputusan pembelian adalah proses penentuan pilihan konsumen dari berbagai alternatif pilihan yang ada terhadap produk yang paling sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa adalah kualitas produk. Menurut Tjiptono (2014), kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Kualitas produk dinilai sebagai pembawa informasi yang akurat untuk mengetahui apakah produk yang dihasilkan benar terbukti kebermanfaatannya. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah barang atau jasa ketika konsumen tersebut menganggap produk itu dibutuhkan. Kualitas produk yang diberikan perusahaan adalah strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anwar (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa labelisasi halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie samyang di Indomaret Jalan Hasanuddin Kelurahan Bugis. Hasil ini menunjukkan hubungan yang searah. Artinya, semakin baik labelisasi halal pada kemasan mie samyang, maka keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan semakin meningkat, demikian pula sebaliknya.

Selain kualitas produk dan pelayanan, salah satu pertimbangan konsumen khususnya yang beragama islam dalam melakukan pembelian atau penggunaan suatu produk dan jasa adalah adanya labelisasi halal yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hal itu berdampak pada keamanan yang dirasakan konsumen ketika menggunakan produk atau jasa tersebut.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bulan (2016) tentang Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa kualitas produk dan labelisasi halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie samyang di Indomaret Jalan Hasanuddin Kelurahan Bugis. Hasil positif menunjukkan hubungan yang searah. Artinya, semakin baik kualitas produk dan labelisasi halal pada kemasan mie samyang, maka keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan semakin meningkat, demikian pula sebaliknya.

Konsumen tidak hanya sekedar menuntut produk pangan yang terjamin kandungan gizinya, namun juga memiliki kualitas yang baik dan terbebas dari unsur-unsur yang haram. Kualitas yang baik tercermin dari daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Sedangkan terbebas dari unsur-unsur yang haram tergambar pada adanya label halal yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dua hal ini dipandang memiliki hubungan yang erat terhadap sikap konsumen dalam memilih suatu produk.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Oktafiani (2018) tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di Surabaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie samyang di Indomaret Jalan Hasanuddin Kelurahan Bugis.
2. Labelisasi halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie samyang di Indomaret Jalan Hasanuddin Kelurahan Bugis.

3. Kualitas produk dan labelisasi halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie samyang di Indomaret Jalan Hasanuddin Kelurahan Bugis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmito W. (2016). *Sistem Kesehatan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(12): 1-15.
- Bulan, T.P.L. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(2): 430-439.
- Dheany, A. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Karmeli, E., Sutanty, M., Kurniawansyah, Mustaram, R.A., & Usman. (2020). Utilization of E-Commerce to Increase the Selling Value of MSMEs in Sumbawa Regency During the Covid-19 Pandemic. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Education and Social Science (ACCESS 2020)*: 204-207.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2011). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Oktafiani, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(9): 1-16.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan.
- Rangkuti, R. (2010). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan (Snack Merek Chitato) pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Skripsi*. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- Sahir, S.H., Ramadhani, A., dan Tarigan, E.D. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Medan Area. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1): 1-15.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumbawati, N.K., & Rachman, R. (2022). Marketing Strategy to Strengthen The Competitiveness of Small And Medium Industries (IKM) Emping After The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Ekonomi*, 11(3): 797-804.

- Sutanty, M., Asmini, Karmeli, E., Suprianto, & Sucihati, R.N. (2022). UMKM Sebagai Pilar Pembangunan Ekonomi Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2): 1117-1128.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widodo, T. (2016). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru di Kota Salatiga). *Journal of economics & Business*, 9(1): 94-116.