

PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BAHAN PANGAN MASYARAKAT MUSLIM PASIR PENGARAIAN

Ummul Khoiri¹; Arfianti Novita Anwar²; Heffi Christya Rahayu³

Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian Indonesia
Jln. Rambah, Kec. Rambah Hilir, Kabupaten Rokan Hulu, Riau 28558
E-mail : ummulkhoiri87@gmail.com (Koresponding)

Submit: 12 February 2025

Review: 24 February 2025

Publish: 26 Februari 2025

Abstract: This research aims to determine the effect of halal labeling on purchasing decisions for food products from the Pasir Pengaraian Muslim community. The aim of this research is to find out the influence of halal labeling on food products on the Pasir Pengaraian Muslim community. The research method used is quantitative research using a simple linear regression method. The sample in this research consisted of 100 respondents. The sampling technique uses a random sampling method. Data collection uses questionnaires and data processing uses SPSS statistical analysis tools. The research results show that in Kuta Alam sub-district, halal labeling has an influence of 55.0% on people's purchasing decisions and the rest is influenced by other variables. Therefore, the more food products that have a halal label, the more it can provide a sense of security for people in consuming these food products.

Keywords: *Halal Labeling and Purchasing Decisions*

Halal dan haram dalam Islam adalah salah satu bagian dari hukum *syara'* yang saling berkaitan. Halal yang dimaksud adalah hal-hal yang diperbolehkan, sedangkan haram yang dimaksud adalah hal-hal yang dilarang. Setiap muslim dianjurkan untuk mengonsumsi barang pangan yang *thayyib* (baik menurut syariat islam). Kehalalan sebagai peranan utama dalam proses pemilihan produk bahan pangan. dengan adanya ketentuan ini, membuat keterbatasan pada produk-produk bahan pangan yang haram untuk memasuki pasar umat muslim. Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan fatwa (mufti) bahwa memberikan sebutan " halal " untuk semua produk bahan pangan yang akan diproduksi. Hal ini merupakan bagian dari upaya pemerintah untuk memudahkan tugas para pelaku usaha dalam rangka transisi yang semula dari status sukarela sertifikasi halal pada produk, menjadi status wajib setelah ditetapkan berdasarkan undang undang (Wijaya & Padmanto, 2023:98).

Dalam standar Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang dimaksud produk halal adalah produk yang memenuhi persyaratan halal sesuai dengan syariat islam, menurut (Nuraini, 2024:11) yaitu:

1. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran, dan sebagainya. Semua bahan berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat.
2. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, dan transportasinya tidak boleh digunakan oleh barang yang tidak halal dengan tata cara yang diatur sesuai syariat islam.

Secara ringkas, syarat - syarat produk halal menurut islam adalah halal zatnya, halal cara memperolehnya, halal dalam prosesnya, halal dalam penyimpanannya, halal dalam pengangkutannya, dan halal dalam penyajiannya. Menurut Susanti, (2018:18) label halal diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Gambar merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, tumbuhan dan sebagainya).

2. Tulisan merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
3. Kombinasi gambar dan tulisan, merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.

Tabel 1 Persepsi Masyarakat Muslim Pasir Pengaraian Terhadap Labelisasi Halal

NO	Pertanyaan	Jawaban	
		Tidak Penting	Sangat Penting
1.	Bagaimana pandangan terhadap produk bahan pangan yang berlabelisasi halal?	21	19

Sumber : Observasi awal melalui form, diakses pada 06 Desember 2024

Berdasarkan Tabel 1 mengenai persepsi masyarakat muslim Pasir Pengaraian terhadap bahan pangan, yang berlabelisasi halal dari 40 orang responden. Sebanyak 19 responden ketika membeli suatu produk bahan pangan, mereka memperhatikan labelisasi halalnya. Tetapi, dari 19 orang responden tersebut, terdapat 21 orang responden yang ketika membeli produk bahan pangan, tidak memperhatikan labelisasi halalnya, sehingga mereka mengonsumsi bahan pangan yang belum jelas halal untuk mereka konsumsi. Hal ini disebabkan karena masyarakat lebih cenderung melihat hanya pada kemasan produk, tanpa memperhatikan labelisasi halal pada produk yang akan dikonsumsi. Maka dengan adanya labelisasi halal ini maka diharapkan kepada masyarakat mampu membedakan antara makanan yang baik dan berlabelisasi halal dengan bahan pangan yang belum mencantumkan label ke BPOM (Badan Pengawas Obat Dan Makanan).

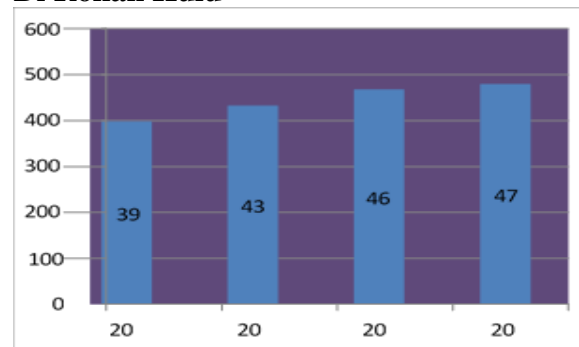
Tabel 2 Pandangan Masyarakat Muslim Pasir Pengaraian Terhadap Labelisasi Halal

NO	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah ketika membeli produk bahan pangan anda memperhatikan label halalnya?	19 Responden	21 Responden

Sumber : Observasi Awal melalui form, diakses pada 06 Desember 2024

Berdasarkan Tabel 2, terdapat 12 responden yang menganggap bahan pangan itu sangat penting untuk dikonsumsi secara baik. Namun 21 responden yang menganggap bahan pangan yang labelisasi halal tidak penting. Oleh karena itu persepsi masyarakat dalam labelisasi halal bahan pangan ini, sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Wakil Bupati H. Indra Gunawan yang menghimbau masyarakat desa agar bisa memperhatikan label halal saat mengonsumsi bahan pangan, hal tersebut disebabkan karena kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau suatu tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkat pembelian kembali produk tersebut yang merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan stabilitas keamanan dan kepuasan terhadap barang pangan (Sumber: Media Center Rohul, 22 Desember 2024).

Gambar 1 Data Jumlah Produk Bahan Pangan Yang Bersertifikasi Halal Di Rokan Hulu



Sumber: www.kemenag.go.id, Diakses Tanggal 02 Desember 2024

Gambar tersebut menjelaskan jumlah produk yang bersertifikat halal di Rokan Hulu terus mengalami peningkatan. Dimana pada tahun 2024 jumlah bahan pangan yang telah bersertifikasi halal sebanyak 479.000 dan 1.215 diantaranya adalah berbahan dasar makanan. Hal ini juga dipertegaskan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Muhammad Aqil Irham, bahwasanya produk bahan pangan juga akan diwajibkan bersertifikasi halal mulai Tanggal 18 Oktober 2024. Sesuai dengan peraturan UU

Nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal (Sumber: Media Center Rohul, 17 Desember 2024). Kewajiban pada sertifikasi halal produk bahan pangan, maka diharapkan masyarakat mampu mengambil keputusan pembelian dengan memperhatikan produk yang akan dikonsumsi dengan sebaik mungkin. Jika suatu produk pangan berlabelisasi halal, mutu produk bagus, kualitas terpercaya, berdasarkan alternatif, maka bisa dikatakan produk bahan pangan tersebut layak untuk dikonsumsi.

Menurut Kotler dan Keller (2010:30) menyatakan bahwa beberapa periset pemasaran telah mengembangkan model tingkat keputusan pembelian konsumen melalui lima tahap, yaitu:

1. Tahap pengenalan masalah, yaitu suatu proses dimana konsumen menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Rangsangan internal yaitu salah satu kebutuhan normal sekarang.
2. Tahap pencarian informasi, merupakan tahap konsumen mencari dan memperoleh pengetahuan tentang barang yang dibutuhkan, dari sumber-sumber informasi utama dimana konsumen dibagi menjadi empat kelompok, antara lain:
 - a. Pribadi: keluarga, teman, tetangga, dan rekan.
 - b. Komersial: iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, dan tampilan.
 - c. Publik: media massa, dan organisasi
 - d. Eksperimental: alokasi yang baik terhadap penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk, jumlah serta pengaruh relatif dari sumber-sumber ini bervariasi dengan kategori produk dan karakteristik dari pembeli.
3. Evaluasi alternatif, dengan informasi yang ada konsumen mengevaluasi seberapa baik tiap-tiap alternatif dapat

memenuhi kebutuhan terhadap keputusan dan keinginannya.

4. Keputusan pembelian, pada tahap ini konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen dapat juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukainya.

Label Halal

Menurut UU No. 69 tahun 1999 pada pasal 1 ayat 3 mengenai label halal bahan pangan adalah logo dengan keterangan berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bagian pada kemasan bahan pangan, yang akomodasi dalam peraturan pemerintah. Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan pernyataan halal atau logo yang tersusun dari huruf-huruf arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal (Ul Maknurah, 2020:112). Berikut 3 indikator label halal: Gambar dan tulisan serta Menempel pada kemasan.

Segala sesuatu yang telah diciptakan di bumi merupakan kepentingan untuk manusia, walaupun ada sejenis ketentuan makanan yang diharamkan menurut syariat islam, dalam ketentuan larangan tersebut tidak lain hanya untuk manusia itu sendiri, dan akan adanya hikmahnya apabila manusia tersebut mengikuti ketentuan agama. Berdasarkan Departemen Agama RI Berikut termasuk makanan yang halal :

1. Tidak mengandung bagian atau benda dari binatang yang dilarang oleh syariat.
2. Tidak mengandung bahan yang najis menurut ajaran Islam.
3. Tidak mengandung bahan yang dilarang menurut syariat Islam

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2009:184) "Keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan pembelian konsumen atas dasar pembelian suatu barang atau kebutuhan rumah tangga yang akan dibeli oleh konsumen untuk dikonsumsi maupun digunakan sebagai kebutuhan yang lainnya".

Menurut Aprilia,A, (2024:24) Keputusan pembelian yaitu keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk barang maupun jasa dengan memilih salah satu dari beberapa pilihan alternatif yang ada pada produk tersebut. Berikut 4 indikator keputusan pembelian:

1. Kemantapan dalam sebuah produk.
2. Kebiasaan dalam membeli produk.
3. Memberikan rekomendasi (pilihan) kepada orang lain.
4. Melakukan pembelian ulang.

Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau melihat alternatif yang mumpuni untuk dipilih salah satu diantaranya produk yang ingin dibeli. Hasil dari proses evaluasi pemilihan pada produk ini adalah suatu pilihan (*choice*), yang disajikan sebagai pemilihan keinginan untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan Latar belakang yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka penulis tertarik dan meneliti lebih lanjut masalah tersebut dalam karya ilmiah dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal Produk Bahan Pangan Masyarakat Muslim Pasir Pengaraian”

METODE

Jenis pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik/kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:14).

Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti, sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi. seperti mengamati produk bahan pangan apa saja yang telah berlabelisasi halal, persepsi masyarakat muslim pasir pengaraian terhadap labelisasi halal bahan pangan, dan pandangan

masyarakat akan pentingnya labelisasi halal pada bahan pangan.

HASIL

Uji regresi linier sederhana bertujuan untuk menguji besarnya pengaruh antara satu variabel bebas yaitu labelisasi halal (X) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Berikut merupakan tabel persamaan regresi linier sederhana.

Tabel 4 Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,895	1,974	,742	2,479	,015
1. Labelisasi Halal	,601	,055		10,949	<,001

Sumber: Olah Data SPSS Statistic, Diakses Pada Sabtu, 25 Januari 2025

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dapat dilihat terdapat nilai koefisien regresi linier sederhana. Pada kolom *Unstandardized Coefficients* terdapat nilai *constant* 4,895 dan nilai koefisien arah regresi sebesar 0,601. Maka dapat ditulis persamaan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 4,895 + 0,601X + e$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan hal-hal berikut:

1. Konstanta : Dalam penelitian ini nilai tetap (konstanta) adalah a dengan nilai 4,895 pada persamaan koefisien regresi linier sederhana. Artinya bila variabel X (labelisasi halal) bernilai 0, maka keputusan pembelian masyarakat bernilai sebesar 4,895.
2. Koefisien X: Nilai koefisien X dalam penelitian ini adalah 0,601, artinya jika nilai variabel X berubah 1 satuan, maka nilai variabel Y (keputusan pembelian) berubah sebesar 0,601. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian. Jika labelisasi halal mengalami peningkatan, maka

keputusan pembelian akan meningkat dan sebaliknya.

Berdasarkan analisa persamaan diatas maka nilai koefisien untuk regresi linier sederhana variabel labelisasi halal (X) sebesar 0,601 menyatakan bahwa jika labelisasi halal meningkat 1 satuan maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0.601. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara labelisasi halal dengan keputusan pembelian Masyarakat muslim Pasir Pengaraian.

Uji parsial dalam penelitian bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam model regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen dalam sebuah penelitian. Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

- Jika signifikansi (probabilitas) $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
- Jika Signifikansi (probabilitas) $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 5 Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig	Keterangan
Labelisasi Halal (x)	10,949	1,984	0,000	Signifikan

Sumber: Olah Data SPSS Statistic, Diakses Pada Sabtu 25 Januari 2025

Berdasarkan tabel 1.3 diketahui bahwa variabel labelisasi halal (X) menghasilkan nilai t hitung sebesar 10,949 dan t tabel (df=100-2) adalah 1,984, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,949 > 1,984$) $sig < 5\%$ ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dimana variabel labelisasi halal berpengaruh secara parsial (individual) terhadap keputusan pembelian sehingga 0,000 dinyatakan signifikan karena kecil dari 0,05 yang merupakan batas standar eror pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis yang telah dipaparkan pada penelitian ini, maka pembahasan tentang hasil penelitian pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk bahan pangan masyarakat muslim Pasir Pengaraian ialah;

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti jika labelisasi halal semakin tinggi akan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Era Susanti, Nilam Sari, Khairul Amri, (2024) yang menyatakan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Suatu produk yang sudah memiliki sertifikasi halal tidak hanya dilihat dari kemasan dan distribusinya saja tetapi juga dilihat dari kandungan komposisi bahan yang digunakan dalam pembuatan produk tersebut. Upaya tersebut berfungsi untuk menginformasikan kepada konsumen dan semakin menyakinkan tentang produk halal yang ditawarkan sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Labelisasi halal juga merupakan rangkaian persyaratan yang seharusnya dipenuhi oleh pelaku usaha yang bergerak dibidang pengolahan makanan dan minuman yang terus berkembang pesat pada saat ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diujikan sebelumnya diketahui bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada masyarakat muslim kota Pasir Pengaraian. Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan labelisasi halal pada produk bahan pangan memberikan nilai positif dalam mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat muslim kota Pasir Pengaraian. Artinya keberadaan labelisasi halal pada produk makanan ringan memberikan nilai positif dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Pencantuman labelisasi halal bertujuan untuk memberikan rasa nyaman

dan aman bagi konsumen masyarakat muslim Pasir Pengaraian karena memiliki jaminan bahwa produk bahan pangan tersebut tidak mengandung sesuatu yang haram dan diproduksi dengan cara yang halal dan beretika. Sedangkan bagi konsumen non muslim juga dapat memberikan rasa aman karena produk bahan pangan yang berlabel halal tidak hanya terbebas dari bahan-bahan yang haram saja akan tetapi juga terbebas dari zat-zat yang dapat membahayakan tubuh dan kesehatan masyarakat saat mengkonsumsi bahan pangan halal. Adanya pencantuman label halal pada kemasan produk khususnya bahan pangan maka secara langsung akan memberikan pengaruh kepada konsumen untuk mengkonsumsi produk bahan pangan tersebut

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk bahan pangan masyarakat muslim Pasir Pengaraian, maka penulis dapat menarik kesimpulan:

Penelitian pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk bahan pangan masyarakat muslim Pasir Pengaraian, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian. Artinya masyarakat di Pasir Pengaraian memperhatikan labelisasi halal yang terdapat pada produk bahan pangan. Tidak terdapat perbedaan keputusan pembelian terhadap produk bahan pangan berlabel halal pada masyarakat muslim kota Pasir Pengaraian. Labelisasi halal juga menjadi jaminan bahwa produk bahan pangan yang diproduksi telah memenuhi standar halal yang diakui oleh pihak berwenang. Berikut ini adalah dampak label halal terhadap keputusan pembelian:

1. Meningkatkan kepercayaan dan penerimaan konsumen.
2. Meningkatkan segmen pasar dan jumlah pelanggan.
3. Membantu konsumen menjalankan perintah sesuai dengan syariat.
4. Membantu konsumen memastikan

bahwa produk yang digunakan sesuai

DAFTAR RUJUKAN

- Rohmah, F. (2023). The Influence of Brand Image, Religiosity and Halal Labels on Purchasing Decisions of Packaged Food Products. *journal.unida.gontor.ac.id*, 1, 480-503.
- Rifai, M. S. A., Nurhidayat, W., Prianka, W. G., Salsabila, F. L., & Nabilah, S. S. (2022). Pengaruh Halal Awareness, Sertifikasi Halal dan bahan makanan Halal terhadap keputusan pembelian produk makanan di Era Pandemic Covid-19. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(4), 1563-1576.
- Sugiyono. (2016). "Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi". Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2011). "Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Darwis, dkk. (2018) "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan", *Jurnal ilmu manajemen dan bisnis islam*. Vol.4, No.2.
- Hasan, KN. Sofyan. (2014) "Kepastian Hukum Dan Labelisasi Halal Produk Pangan", *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol.14, No.2.
- Kurnia Sari, Dewi dan Ilyda Sudardjat. (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.
- Mahwiyah. (2010). "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan

- Pembelian Konsumen (Studi pada Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarata)”. Skripsi. Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mayasari, Nura. (2007). “Memilih Makanan Halal”. Jakarta Selatan: Qultum Media.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. (2013). “Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi Ke-2”. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad, Asy’arie. (2018). “Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”. Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nugraha, Ranu, dkk. (2017). “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.51, No.2.
- Prajitno. (2013). “Metode Penelitian Kuantitatif”. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Rambe, Yuli Mutiah dan Syaad Afifuddin. (2012) “Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan)”. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol.1, No.1.
- Rasma, Yuli. (2018). “Analisis Komparatif Labelisasi Halal pada Kosmetik dalam meningkatkan Minat Beli Masyarakat di Kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Kuta Alam”, Skripsi. Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Banda Aceh.