

JEGES: Jurnal Eksklusif Generasi Ekonomi Syariah
Vol. 03 No. 02 Juli-Desember 2024
https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/jeges/index

Analisis Minat Masyarakat dalam Pembelian Produk Halal di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidimpuan

Ivan Lazuardy Nasution, Nur Mutiah, Annida Karima Sovia

ivanlazuardy@gmail.com, nur_mutiah@uinsyahada.ac.id, annida@uinsyahada.ac.id

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

Abstrak

Latar belakang masalah penelitian ini adalah rendahnya minat beli masyarakat dalam pembelian produk halal yang ada di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidimpuan. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah 1. Bagaimana minat masyarakat dalam pembelian produk halal di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidimpuan. 2. Apa saja kendala masyarakat dalam pembelian produk halal di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidimpuan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat masyarakat dalam pembelian produk halal di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidimpuan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif di lapangan di Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidimpuan, dengan mengambil sampel jenuh yaitu pemilik Toko Halal Mart dan masyarakat Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidimpuan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan kurangnya minat masyarakat dalam melakukan pembelian produk halal di Toko Halal Mart disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu dari segi kualitas, masyarakat masih kurang mengetahui manfaat dan kelebihan produk halal yang ada di Toko Halal Mart. Dari segi *brand* / merek, masyarakat Kelurahan Sadabuan belum seluruhnya mengetahui / mengenali produk halal

yang ada di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan. Dari segi kemasan, masyarakat Kelurahan sadabuan belum seluruhnya mengetahui kualitas kemasan dari produk halal yang ada di Toko Halal Mart. Dari segi harga, harga yang di tawarkan Toko Halal Mart terlalu tinggi untuk masyarakat yang memiliki pendapatan rendah sehingga belum dapat dijangkau oleh masyarakat secara menyeluruh. Dari segi ketersediaan barang, produk-produk halal yang dijual di Toko Halal Mart masih kurang tersedia karena proses stok barang di toko memakan waktu yang lama. Dari segi promosi, kurangnya promosi produk halal yang dilakukan oleh Toko Halal Mart terhadap masyarakat. Sehingga secara keseluruhan menyebabkan kurangnya minat masyarakat terhadap pembelian produk halal di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidempuan. Kendala masyarakat dalam melakukan pembelian produk halal di Toko Halal Mart adalah harga produk yang terlalu tinggi, jenis-jenis produk yang terbatas, rendahnya pendapatan masyarakat, serta stok produk halal yang terbatas di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidempuan.

Keywords : Minat Beli, Masyarakat, Produk Halal.

Abstract

The background to this research problem is the low buying interest of the public in purchasing halal products at the Halal Mart Shop, Sadabuan Village, Padangsidempuan City. The formulation of the problem in this research is 1. What is the public's interest in purchasing halal products at the Halal Mart Shop, Sadabuan Village, Padangsidempuan City. 2. What are the community's obstacles in purchasing halal products at the Halal Mart Shop, Sadabuan Village, Padangsidempuan City. This research aims to analyze people's interest in purchasing halal products at the Halal Mart Shop, Sadabuan Village, Padangsidempuan City. This research used qualitative methods in the field in Sadabuan Village, Padangsidempuan City, by taking saturated samples, namely Halal Mart Shop owners and residents of Sadabuan Village, Padangsidempuan City. The data collection techniques used in this research are observation, interviews, documentation studies and literature studies. The results of this research show that the public's lack of interest in purchasing halal products at the Halal Mart Store is caused by several factors, namely in terms of quality, the public still does not know the benefits and advantages of halal products at the Halal Mart Store. In terms of brands, the people of Sadabuan Village do not yet fully know/recognize the halal products available at the Halal Mart Shop, Sadabuan Village. In terms of packaging, the people of Sadabuan Village do not yet fully know the quality of the packaging of halal products in the Halal Mart Store. In terms of price, the prices offered by the Halal Mart Shop are too high for people with low incomes so they cannot be reached by the community as a whole. In terms of availability of goods, halal products

sold at the Halal Mart Store are still in short supply because the stock process in the store takes a long time. In terms of promotion, there is a lack of promotion of halal products carried out by the Halal Mart Store towards the public. So overall it causes a lack of public interest in purchasing halal products at the Halal Mart Shop, Sadabuan Village, Padangsidempuan City. The community's obstacles in purchasing halal products at the Halal Mart Shop are product prices that are too high, limited types of products, low people's income, and limited stock of halal products at the Halal Mart Shop, Sadabuan Village, Padangsidempuan City

Keywords: Purchase Interest, Community, Halal Products.

PENDAHULUAN (INTRODUCTION)

Jual beli merupakan transaksi paling kuat dalam dunia perniagaan bahkan secara umum adalah bagian yang terpenting dalam aktivitas usaha. Jual beli disyariatkan dalam Islam, karena sesungguhnya di antara bentuk jual beli ada juga yang diharamkan dan ada juga yang diperselisihkan hukumnya. Seorang usahawan muslim berkewajiban untuk mengenal hal-hal yang menentukan sahnya usaha jual beli tersebut, dan mengenal mana yang halal dan mana yang haram dari kegiatan jual beli itu. Halal Network International dan Herba Perusahaan yaitu PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (PT HPAI) merupakan solusi agar umat Islam dapat dengan mudah memperoleh produk-produk halal. Adapun beberapa contoh produk halal yang dijual Toko Halal Mart seperti : Minyak Herbal Sinergi (MHS), Minyak Zaitun, Pasta Gigi Herbal, Sabun Madu, Madu Hitam. Pada kenyataannya di lapangan bahwa masyarakat Kelurahan Sadabuan masih rendah minatnya untuk membeli produk halal, kurang nya minat masyarakat membeli produk halal di Toko Halal Mart yang ada di Kelurahan Sadabuan tentu hal ini menjadi problema bagi pemilik Toko Halal

Mart karena berpengaruh terhadap hasil penjualannya. Hal ini berdasarkan observasi awal di toko-toko yang ada di Kelurahan Sadabuan dimana produk yang diperjualkan tidak ditemukan label halal seperti Paramex, OBH Combi, Paracetamol, Garnier, Lacoco, Dermatix. Berdasarkan observasi awal peneliti di Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidempuan yang penduduknya mayoritas Umat Islam masih rendah minatnya dalam hal menggunakan produk halal sebagaimana yang dilihat dalam penggunaan produk yang digunakan masyarakat Kelurahan Sadabuan masih menggunakan produk yang bukan dari produk halal. Hal ini berdasarkan wawancara awal dengan pemilik Toko Halal Mart *Bussines Center* (BC) cabang Sadabuan Ibu Agustina Harahap yang mengatakan bahwa :

“Ibu Agustina Sari Harahap menyatakan bahwa sudah membuka usaha toko halal mart selama 8 tahun, minat beli masyarakat Kelurahan Sadabuan ini masih kurang dikarenakan sosialisasinya belum menyeluruh. Pembeli yang paling banyak itu dari luar kelurahan bahkan dari luar kota dan agen-agen yang menyetok produk ini pun banyak, kalau dari Kelurahan Sadabuan ini masih sedikit yang membeli produk ini.”

Hal senada disampaikan juga oleh pemilik Toko Halal Mart *Agen Stock Center* (SC) Bapak Ali Arman Pulungan yang mengatakan bahwa :

“Bapak Ali Arman Pulungan mengatakan bahwa sudah 7 tahun membuka usaha Toko Halal Mart Agen Stock Center (SC) dan selama berjualan hanya tiga orang pembelinya dari masyarakat Lingkungan III Kelurahan Sadabuan, kebanyakan pembelinya dari kelurahan lain serta dari media

sosial. Hal ini menunjukkan rendahnya minat masyarakat untuk membeli produk halal, dikarenakan kurangnya sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk halal HNI HPAI tersebut.”

Tabel I.1

Data Hasil Penjualan Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan Tahun 2023

BULAN	SC HNI/HPAI KOMPLEK DPRD (RP)	SC HNI/HPAI SADABUAN (Rp)
Januari	2.135.000	1.919.786
Februari	2.176.320	1.562.702
Maret	2.345.000	1.679.692
April	1.787.000	1.671.304
Mei	1.895.000	1.715.106
Juni	1.605.000	1.585.897
Juli	2.850.000	1.304.621
Agustus	2.853.000	1.069.962

September	2.787.000	1.666.556
Oktober	2.169.000	1.548.825
November	2.995.000	1.607.296
Desember	2.939.000	1.761.911

Sumber: Data Hasil Penjualan Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan Tanggal 08 Januari 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil penjualan di Toko Halal Mart *Agen Stock Center* (SC) Cabang Komplek DPRD Sidimpunan Indah lebih besar dibandingkan dengan Toko Halal Mart *Agen Stock Center* (SC) Cabang Sadabuan. Dikarenakan masyarakat Kelurahan Sadabuan masih kurang mengetahui produk halal yang dijual di Toko Halal Mart.

TINJAUAN TEORITIK / *LITERATURE REVIEW*

Pengertian Pembelian

Pembelian adalah salah satu fungsi yang krusial pada berhasilnya operasi suatu perusahaan. Fungsi ini dibebani tanggung jawab buat menerima kuantitas dan kualitas bahan-bahan yg tersedia dalam waktu dibutuhkan menggunakan harga yang sesuai menggunakan harga yang berlaku. Pengawasan perlu dilakukan terhadap aplikasi fungsi ini, karena pembelian menyangkut investasi dana pada persediaan serta kelancaran arus bahan ke pada pabrik.

Pengertian Produk Halal

Produk halal terdapat dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pada Pasal 1 ayat 2 yaitu: “Produk Halal adalah Produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam”. Dalam Islam penentuan kehalalan dan keharaman suatu produk tidak dapat didasarkan hanya pada asumsi atau rasa suka dan tidak suka. Halal dan haram harus diputuskan lewat suatu pemahaman dan pengetahuan yang mendalam mengenai persoalan agama dan persoalan yang akan ditentukan hukumnya.

Pengertian Halal Mart

Halal Mart adalah perusahaan dagang yang fokus menjual produk-produk herbal, produk kecantikan dan produk kebutuhan rumah tangga untuk sehari-hari. Halal Mart atau Agen stok merupakan ujung tombak dalam distribusi produk-produk HNI yang berinteraksi secara langsung dengan member maupun konsumen. Menjadi kepanjangan tangan dari perusahaan pada penyediaan produk dan layanan terkait lainnya. Sertifikasi halal adalah suatu fatwa tertulis yang dikeluarkan dari Majelis Ulama Indonesia. Sertifikat halal MUI adalah sertifikat yang menyatakan keterangan berupa pernyataan tertulis mengenai kehalalan produk yang disebutkan dalam sertifikat tersebut. Sertifikat halal ini termasuk dalam syarat bagi para pelaku usaha untuk mendapatkan izin mencantumkan label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Pasal 1 Angka 10 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal disebutkan : “Sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI”.

Pengertian Minat

Minat merupakan suatu keadaan ketika seseorang menaruh perhatian pada sesuatu, yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui memiliki, mempelajari, dan membuktikan.

Minat terbentuk setelah diperoleh informasi tentang objek atau kemauan, lalu disertai dengan keterlibatan perasaan, terarah pada objek atau kegiatan tertentu, dan terbentuk oleh lingkungan.

Pengertian Masyarakat

Masyarakat merupakan suatu kenyataan yang obyektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya. Masyarakat sebagai sekumpulan manusia didalamnya ada beberapa unsur yang mencakup.

METODE PENELITIAN (METHOD)

Jenis penelitian ini adalah Kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian menekankan pada pemahaman secara mendalam mengenai suatu masalah. Sampel yang digunakan oleh peneliti adalah masyarakat Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidempuan.

Data primer pada penelitian ini adalah Pemilik Toko Halal Mart dan umat Islam di Kelurahan Sadabuan. Kota Padang Sidempuan. Data sekunder pada penelitian ini adalah dokumen, laporan-laporan, buku, skripsi, jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian kualitatif pengecekan keabsahan data meliputi :

- a. Triangulasi sumber dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Triangulasi sumber, yaitu untuk menguji data yang ada, maka dilakukan pada pemilik Toko Halal Mart serta masyarakat Kelurahan Sadabuan. Dari beberapa sumber diatas data tersebut kemudian dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan yang spesifik. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan kesimpulan diminta kesepakatan (member check) dengan dua sumber data tersebut.
- b. Triangulasi teknik dalam pengujian kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara akan dicek dengan teknik observasi. Bila dengan berbagai teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan yang dianggap benar.
- c. Triangulasi waktu dalam pengujian kredibilitas data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila dengan waktu yang berbeda dan berulang-ulang maka akan ditemukan kepastian data. Selanjutnya uji kredibilitas yang dipakai yaitu *member check*, yaitu pengkonfirmasi data yang diperoleh yang bersangkutan baik kepada individu ataupun kelompok diskusi pemberi data guna mengetahui data yang disetujui dan yang tidak

disetujui. Data yang telah disetujui bersama, maka pemberi data diminta untuk menandatangani, supaya lebih otentik, agar bisa dijadikan bukti bahwa peneliti telah melakukan *member check*.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN (RESULTS)

1. Minat Beli

Minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Minat beli dibentuk dari sikap konsumen terhadap suatu produk yang terdiri dari kepercayaan konsumen terhadap merek dan evaluasi merek, sehingga dari dua tahap tersebut munculah minat untuk membeli

Berdasarkan hasil observasi dengan pemilik Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan serta pemilik toko Halal Mart Agen Center dapat diketahui bahwa minat beli masyarakat Kelurahan Sadabuan masih kurang disebabkan sosialisasi mengenai produk halal tersebut tidak menyeluruh serta informasi kepada masyarakat tidak sampai. Minat beli masyarakat tersebut sangat berpengaruh terhadap pendapatan pemilik toko.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat di atas maka dapat diketahui masyarakat belum mengenal produk halal di Toko Halal Mart, kebanyakan masyarakat sudah mengetahui

mengenai produk halal yang dijual di Toko Halal Mart tetapi belum mau menggunakan produk halal tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan masyarakat di atas, dapat diketahui bahwa pendapat masyarakat mengenai kemasan produk yang digunakan produk halal itu cukup menarik minat konsumen terlebih jenis-jenis produk halal yang ditawarkan banyak untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan masyarakat di atas, dapat diketahui bahwa kualitas produk halal menurut pendapat masyarakat memiliki kualitas yang bagus berdasarkan dari bahan-bahan yang terkandung dalam produk halal yang ditawarkan. Menurut masyarakat bahan yang terkandung dalam produk halal itu adalah bahan-bahan herbal yang memiliki banyak khasiat yang bagus untuk kesehatan.

Dari hasil wawancara peneliti dengan masyarakat di atas dapat disimpulkan bahwa pendapat masyarakat mengenai harga produk halal yang ditawarkan itu cukup tinggi jika dibandingkan dengan harga produk lain yang dijual di pasaran. Kebanyakan pendapatan masyarakat masih rendah sehingga dengan harga produk halal yang tinggi membuat masyarakat kurang berminat untuk melakukan pembelian produk halal tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pendapat masyarakat mengenai ketersediaan produk halal di toko cukup lengkap dan stok barang juga banyak di Toko Halal Mart. Tetapi dengan banyaknya masyarakat di luar Kelurahan Sadabuan melakukan pembelian di Toko Halal Mart tersebut membuat stok barang di toko habis dan jika melakukan

pembelian yang tidak tersedia di toko maka proses pengirimannya memakan waktu yang lama untuk proses penyediaan stok di toko.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan masyarakat di atas dapat disimpulkan bahwa promosi produk halal kepada masyarakat itu masih kurang terlaksana namun kebanyakan promosi dilakukan di sosial media, padahal banyak masyarakat yang tidak pandai menggunakan sosial media sehingga promosi kepada masyarakat menjadi kurang.

Selanjutnya peneliti menyimpulkan dari hasil wawancara di atas bahwa minat beli masyarakat melakukan pembelian produk halal di Toko Halal Mart kurang dikarenakan sosialisasi mengenai produk halal tidak menyeluruh, harga terlalu mahal untuk masyarakat yang memiliki pendapatan rendah, minimnya pengetahuan masyarakat mengenai manfaat mengkonsumsi produk halal, serta banyak stok yang tidak tersedia di toko serta waktu pengiriman barang ke toko memakan waktu yang lama.

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa pengetahuan masyarakat mengenai produk halal yang dijual masih kurang, ada juga masyarakat yang mengetahui produk halal yang ada ditoko serta ada juga yang mengetahui tentang manfaat baik dari produk halal tersebut. Kebanyakan yang mengetahui produk halal tersebut adalah masyarakat yang sering menggunakan produk halal yang dijual di Toko Halal Mart.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

Kesimpulan (Conclusions)

1. Minat masyarakat dalam pembelian produk halal di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidempuan

Minat beli masyarakat terhadap produk-produk halal di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan masih rendah dikarenakan beberapa faktor antara lain :

- a. Kualitas, masyarakat masih kurang mengetahui manfaat dan kelebihan produk halal yang ada di Toko Halal Mart.
 - b. *Brand* / merek, masyarakat Kelurahan Sadabuan belum seluruhnya mengetahui / mengenali produk halal yang ada di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan.
 - c. Kemasan, masyarakat Kelurahan sadabuan belum seluruhnya mengetahui kualitas kemasan dari produk halal yang ada di Toko Halal Mart.
 - d. Harga, harga yang di tawarkan Toko Halal Mart terlalu tinggi untuk masyarakat yang memiliki pendapatan rendah sehingga belum dapat dijangkau oleh masyarakat secara menyeluruh.
 - e. Ketersediaan barang, produk-produk halal yang dijual di Toko Halal Mart masih kurang tersedia karena proses stok barang di toko memakan waktu yang lama.
 - f. Promosi, kurangnya promosi produk halal yang dilakukan oleh Toko Halal Mart terhadap masyarakat. Sehingga secara keseluruhan menyebabkan kurangnya minat masyarakat terhadap pembelian produk halal di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidempuan.
2. Kendala masyarakat dalam pembelian produk halal Di Toko Halal Mart Kelurahan Sadabuan Kota Padangsidempuan.

Adapun yang menjadi kendala masyarakat dalam pembelian produk halal di Toko Halal Mart yaitu :

- a. Harga produk-produk halal terlalu tinggi
- b. Jenis produk-produk nya masih terbatas
- c. Rendahnya pendapatan masyarakat
- d. Stok barang terbatas

Saran (Recommendations)

1. Kepada pemilik Toko

Hendaknya pemilik Toko Produk-produk halal mart lebih giat untuk mempromosikan produk-produk halal mart kepada masyarakat, agar masyarakat dapat memahami manfaat dan kelebihan produk-produk halal mart dibandingkan dengan produk yang lainnya.

Kepada pemilik Toko hendaknya dapat memberikan pengertian kepada masyarakat mengenai harga barang produk-produk halal mart kenapa harganya lebih mahal dibandingkan dengan produk-produk lain.

Diharapkan juga kepada pemilik Toko dapat mensosialisasikan secara berkesinambungan tentang kualitas produk-produk halal mart kepada masyarakat.

2. Kepada Masyarakat

Masyarakat hendaknya lebih memilih untuk membeli produk-produk halal mart yang ada di Toko Halal Mart dibandingkan produk-produk lain yang belum jelas kehalalannya. Masyarakat juga

harus selektif dalam memilih produk-produk yang mau dibeli sebagaimana anjuran agama Islam bahwa umat Islam harus memakan makanan halalan toyyibah.

Demikianlah hasil penelitian ini saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA (REFERENCES)

- Abu Achmadi dan Cholid Narkubo. (2018). *Metode Penelitian*. PT. Bumi Aksara.
- Albi Anggiti dan Johan Setiawan. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Jejak.
- Alexander Hery, SE, M.Si. (2022). *Pengantar Akuntansi 2*. Yrama Widya.
- Bobby Hartanto, Leli Indriyani. (2021). *Monograf Minat Beli di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Shalah ash-Shawi, A. al-Mushlih. (2004). *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Darul Haq.
- Departemen Agama RI. (2003). *Pedoman Fatwa Produk Halal*. Departemen Agama RI.
- Departemen Agama RI. (t.t.). *Tanya Jawab*.
- Departemen Agama RI. (2003). *Buku Pedoman Strategi Kampanye Sosial Produk Halal*. Departemen Agama RI.
- Departemen Agama RI. (2003). *Modul Pelatihan Auditor Internal Halal*. Departemen Agama RI.
- Departemen Agama RI. (2003). *Pedoman Fatwa Produk Halal*. Departemen Agama RI.
- Dewi, S. T. (2018, Januari 31). *Beberapa Manfaat Sertifikat Halal bagi Produsen dan Konsumen*. Portal Media Kewirusahaan Dan Pelatihan, UMKM, UKM Online Dan Peluang Usaha. <https://goukm.id/manfaat-sertifikasi-halal/>
- Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si. (2023). *Pengembangan Konsep Akuntansi Islam*. Kencana.
- Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si. dkk. (2023). *Audit Bank Syariah Edisi Kedua (Kedua)*. Kencana.
- Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si., Rahmad Annam, SE., S. Pd., M.Pd. (2021). *Akuntansi Manajemen Teori dan Praktek*. CV. Merdeka Kreasi Group.
- Dr. Pahmi, SE., M.Si. (2024). *Kualitas Produk Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. Nas Media Pustaka.
- Jonathan Sarwono. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif menggunakan prosedur spss tuntunan dalam menyusun skripsi*. PT. Elex Media Komputido.
- K. N. Sofyan Hasan. (2017). *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif*. Aswaja Pressindo.

- Kemenag. (t.t.). *Ini Syarat Daftar Sertifikasi Halal Gratis Kategori "Self Declare"*; <https://kemenag.go.id>. Diambil 8 April 2023, dari <https://kemenag.go.id/nasional/ini-syarat-daftar-sertifikasi-halal-gratis-kategori-quotself-declarequot-4b6skv>
- Kementrian Agama RI *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*. (2018). HALIM.
- Liharman Saragih, Lili Fadli Muhammad, dkk. (2023). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- M. Guffar Harahap, Rasyid Tarmizi, dkk. (2023). *Industri Halal di Indonesia*. Sada Kurnia Pustaka.
- Maisyarah Rahmi HS, Lc., M.A., Ph.D. (2021). *Maqasid Syariah Sertifikasi Halal*. Bening Media Publishing.
- Mamik. (2017). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Publisher.
- Margono. (2000). *Metode Penelitian Pendidikan*. rineka cipta.
- Mulyadi. (2023). *Sistem Akuntansi* (4 ed.). Salemba Empat.
- Muri Yusuf. (2016). *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Gabungan*. Kencana.
- Sahrin,Emi Qomariyah,dkk. (2021). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Saifuddin Azwar. (2005). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif, Dan R & D)*. Alfabeta.
- Suharno, Retnoningsih. (2017). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Widya Karya.
- Suharsimi Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Tengku Firli Musfar. (2021). *Purchase Intention*. Penerbit Adab.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 – Paralegal.id*. (t.t.). Diambil 6 April 2023, dari <https://paralegal.id/peraturan/undang-undang-nomor-33-tahun-2014/>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan Pasal 101 ayat 1*. (t.t.).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal BAB I Ketentuan Umum Pasal 1*. (t.t.).
- Yenni Arfah, SE. M.AK. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.