

SKRIPSI SARJANA S1

**PENGARUH LABELITAS HALAL MAJELIS ULAMA INDONESIA
(MUI) TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK
PEMPEK HONEY PALEMBANG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Marry Amrina Rosada

642015009

Jurusan/Program Studi Ekonomi Syari'ah

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

2019

Perihal: Pengantar Skripsi

Kepada Yth,

Bapak Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Palembang

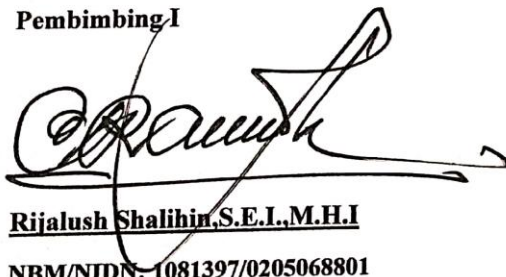
Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan sepenuhnya, maka Skripsi yang ditulis oleh saudari Marry Amrina Rosada (642015009) yang berjudul **“Pengaruh Labelitas Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Pempek Honey Palembang”** telah dapat diajukan dalam sidang Munaqosah Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikian Terimakasih

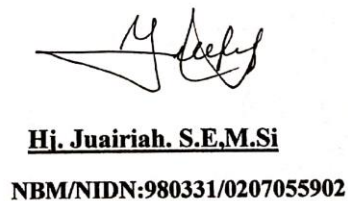
Wassalamm’alaikum Wr,Wb

Pembimbing I



Rijalush Shalihin, S.E.I., M.H.I
NBM/NIDN: 1081397/0205068801

Pembimbing II



Hj. Juairiah. S.E., M.Si
NBM/NIDN: 980331/0207055902

LEMBAR KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marry Amrina Rosada
NIM : 642015009
Prodi : S1 Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, Februari 2019

Saya yang menyatakan



Marry Amrina Rosada

NIM: 642015009

**PENGARUH LABELITAS HALAL MAJELIS ULAMA INDONESIA
(MUI) TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK
PEMPEK HONEY PALEMBANG)**

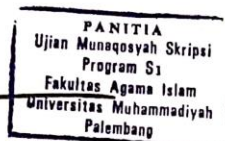
Yang ditulis oleh saudari Marry Amrina Rosada, NIM 642015009
Telah di munaqosyahkan dan di pertahankan
di depan panitia penguji skripsi
pada tanggal 26 Februari 2019
Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat
Memperoleh
gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)**

Palembang, 26 Februari 2019
Universitas Muhammadiyah Palembang
Fakultas Agama Islam
Panitia Penguji Skripsi

Ketua



Azwar Hadi S.Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN: 995868/0229097101

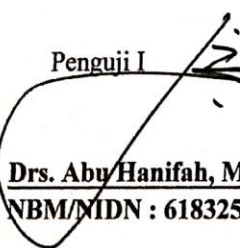


Sekretaris



Dra. Nurhuda, M.Pd.I
NBM/NIDN: 995865/0205116901

Penguji I



Drs. Abu Hanifah, M. Hum
NBM/NIDN : 618325/0210086901

Penguji II



Yuniar Handayani, S.H., M.H
NBM/NIDN : 995869/0230066701

**Mengesahkan
Dekan Fakultas Agama Islam**



Drs. Abu Hanifah, M. Hum
NBM/NIDN: 618325/0210086901

MOTTO DAN PERSEMBAHAN MOTTO

“ Lihatlah apa yang dikatakan jangan melihat siapa yang mengatakan “

-Ali bin Abi Thalib-

Kupersembahkan kepada

- Ayahanda (Junaidi Jahroni) dan Ibunda (Emi Yanti), keluargaku tercinta dan tersayang, yang telah memberikan semangat, pengertian, serta doa yang tidak pernah terputus dalam shalatnya agar Allah selalu memberikan terbaik untuk anak-anaknya, serta memberikan segala upaya apapun agar anak-anaknya bisa menjadi sukses di masa depannya kelak. Kupersembahkan karya dan usaha kecil ini sebagai tanda bukti bahwasanya keseriusanku dalam membalas semua pengorbananmu.
- Teman, sahabat sekaligus saudara tidak sedarahku (Dini Aprilia, Monica Churchill, Lisca Anggraini, Nofika As tanpa Allah dan perantara melewati kalian aku belum tentu bisa sesemangat ini dan bangga bisa melewati masa susah dan senang bersama sampai sekarang.
- Orang tersayang yang menemaniku dalam pengerjaan skripsi ini (Ahmad Haris) terimakasih sudah menemaniku dari awal hingga akhir pengerjaan skripsi ini dengan berbagai macam mood yang ada.

- Teman – teman seperjuangan S1 Ekonomi Syariah yang sudah saling penegrtian dan solid untuk mencapai titik dimana semua puncak perjuangan kita.
- Bapak (Rijalush Shalihin, S.E.I., M.H.I dan Ibu (Hj. Juairiah, SE, M.Si) selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan kritik yang terbaik untuk anak didik nya agar dapat mencapai capaiannya dengan hasil yang sempurna dan memuaskan.
- Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Agama Islam, terimakasih atas segala ilmu yang telah diberikan. Semoga menjadi ilmu yang berkah dan bermanfaat bagi kami dimasa yang akan datang.
- Almamater yang kubanggakan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya bagi peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan proses penyusunan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar S1 Sarjana Ekonomi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak berikut :

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya;
2. Kedua Orang Tua Junaidi Jahroni dan Emi Yanti, kakak kandung saya Fiqih dan adik kandung saya Ica dan Fahmi serta seluruh keluarga besar yang telah banyak memberikan do'a dan dukungan sampai pengerjaan skripsi ini selesai dengan baik.
3. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Drs. Abu Hanifah, M.Hum Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang, yang telah mengesahkan skripsi ini.
5. Bapak Rijalush Shalihin, S.E.I., M.H.I Ketua jurusan Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Palembang, yang telah memberikan izin dalam penyusunan skripsi ini dan selaku dosen pembimbing I dan Ibu Hj. Juariah, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing II penelitian yang telah

mengajarkan, membimbing, mendidik serta memberikan dorongan kepada saya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Rekan Seperjuangan lisca, dini, monic, della dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
7. Calon rekan hidup saya Ahmad Haris, yang telah membantu saya selama mengerjakan skripsi ini serta memberikan saya semangat kepada saya hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Seluruh teman angkatan Ekonomi Syariah 2015 Universitas Muhammadiyah Palembang yang berjuang bersama dari awal PK2 hingga sekarang mulai menginjak semester yang sudah tidak muda lagi, semoga semua angkatan kita bisa meraih cita – cita nya kelak, aamiin.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Palembang, Februari 2019

Marry Amrina Rosada

NIM: 642015009

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGANTAR	ii
SURAT PENYATAAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Hipotesis	11
G. Defenisi Operasional	12
H. Metode Penelitian	14
I. Sistematika Penelitian	20
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	21

B. Teori	23
1. Pengertian Pengaruh	23
2. Labelisasi Halal	24
3. Pengertian Keputusan Konsumen	39
4. Sejarah Pempek	48
5. Perumusan Hipotesis	51

BAB III GAMBARAN WILAYAH PENELITIAN

A. Sejarah Pempek Honey Palembang	53
B. Visi dan Misi Pempek Honey	57
C. Struktur Organisasi	58
D. Tugas dan Wewenang	59
E. Letak Geografis	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh labelitas halal terhadap keputusan konsumen membeli produk pempek honey palembang	61
1. Analisi jawaban responden keputusan pembelian (Y)	61
2. Uji Instrument	64
3. Analisis Regresi Linear Sederhana	67
4. Uji Hipotesis	68
5. Koefisien Determinasi (R)	69
B. Pengaruh Labelitas Halal MUI Terhadap Produk Pempek Honey Palembang	70
1. Analisis Jawaban Responden Variabel Label Halal (X)	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	74
---------------------	----

B. Saran	75
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

ABSTRAK

Rosada, Marry Amrina, 2019 "Pengaruh Labelitas Halal Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Pempek Honey Palembang" . Skripsi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Palembang.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana pengaruh labelitas halal MUI terhadap keputusan konsumen membeli produk pempek Honey Palembang. (2) Bagaimana Pengaruh Labelitas Halal MUI terhadap produk Pempek Honey Palembang.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, kuesioner, observasi, studi kepustakaan. Data yang dikumpulkan tersebut bersumber dari data primer yaitu data yang peneliti peroleh secara langsung dari penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) dan data sekunder yaitu data rangkuman dari dokumen-dokumen perusahaan seperti situs web, buku, makalah.

Berdasarkan dari hasil analisis regresi linier sederhana ada pengaruh positif labelitas halal terhadap keputusan konsumen membeli produk Pempek Honey Hasil pengujian hipotesis didapatkan $Y = 1.187 + 0,705X + e$.

Hasil uji secara parsial diketahui bahwa variabel labelitas halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk Pempek Honey. Diperkuat dengan nilai Signifikan $t_{hitung} 0,000 \leq \text{signifikan } \alpha = 0,05$, atau nilai $t_{hitung} (9,863) > t_{tabel} (1,985)$. Berdasarkan uji determinan didapatlah Angka adjusted R Square (nilai koefisien determinasi R^2) sebesar 0,503 memberikan makna bahwa variabel labelitas halal mampu menjelaskan perubahan terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 0,503 atau 50,3% sedangkan sisanya 0,497 atau 49,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian

Kata kunci: Ekonomi Syariah, labelisasi halal, keputusan konsumen.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Tabel penelitian	14
Tabel 2.1. Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen ..	42
Tabel 3.1. Tugas dan wewenang	59
Tabel 4.1. Variabel keputusan pembelian	61
Tabel 4.2. Uji validitas	65
Tabel 4.3. Uji realibilitas	66
Tabel 4.4. Hasil uji regresi linear sederhana	67
Tabel 4.5. Hasil uji t (parsial)	68
Tabel 4.6. Hasil uji determinasi	70
Tabel 4.7. Variabel label halal	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses keputusan konsumen dalam pembelian	46
Gambar 3.1 Struktur organisasi pempek honey	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi serta keberhasilan pembangunan akhir-akhir ini telah merambah seluruh aspek bidang kehidupan umat manusia, tidak saja membawa berbagai kemudahan, kebahagiaan dan kesenangan, juga melainkan juga menimbulkan sejumlah persoalan. Aktivitas baru yang beberapa waktu lalu tidak pernah dikenal atau bahkan tidak pernah terbayangkan, kini hal itu telah jadi kenyataan. Di sisi lain kesadaran keberagaman umat islam diberbagai negeri termasuk indonesia akhir-akhir ini tumbuh subur dan meningkat. Sebagai konsekuensi logis, setiap timbul persoalan, penemuan, maupun aktifitas baru sebagai produk dari kemajuan tersebut, umat islam senantiasa bertanya-tanya, bagaimana kedudukan hal tersebut dalam perdagangan ajaran dan hukum islam.

Salah satu persoalan cukup mendesak yang dihadapi umat adalah membanjirnya produk makanan dan minuman olahan, obat-obatan, serta kosmeti. Sejalan dengan ajaran islam, umat islam menghendaki agar produk-produk yang akan dikonsumsi tersebut dijamin kehalalan dan kesuciannya.

Menurut, ajaran islam, mengkonsumsi yang halal, suci dan baik merupakan perintah agama dan hukumnya wajib.¹

Salah satu ayat yang menjelaskan tentang hal tersebut adalah surah Al Maidah ayat 88 sebagai berikut:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ٨٨

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (QS. Al-Ma’idah: 88)²

Berdasarkan ayat diatas, mengkonsumsi makanan yang halal merupakan suatu kewajiban bagi umat islam. Akan tetapi, dalam era globalisasi sekarang ini penetapan kehalalan suatu produk pangan tidaklah semudah pada waktu teknologi belum begitu berkembang. Umat islam yang merupakan bagian besar penduduk Indonesia (lebih dari 85%) diperlukan adanya suatu jaminan dan kepastian dari produk-produk pangan yang akan dikonsumsi.³

Akan tetapi masyarakat saat ini mengkonsumsi suatu produk tidak lagi terlalu memperhatikan kehalalan suatu produk. Mereka kebanyakan hanya berpikiran secara sempit bahwa produk yang secara langsung diproduksi dari bahan baku yang tidak halal (alkohol atau babi misalnya) adalah haram.

¹ Bagian proyek sarana dan prasarana produk halal direktor jenderal bimbingan masyarakat islam dan penyelenggaraan Haji, *Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal Majelis Ulama Indonesia*, Jakarta: Departemen Agama, 2003, hlm 1-2.

² Terjemah Departemen Agama RI, Jakarta: Mumtaz media islami, 2007, hlm. 122.

³ Anton Apriyantono dan Nurbowo, *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*, Jakarta: Khairul Bayaan, 2003, hlm, 24.

Untuk memproduksi suatu produk tidak hanya berdasarkan bahan baku saja tapi juga mulai dari tata cara produksi, bahan-bahan tambahan ataupun unsur-unsur lainnya yang menyertai produksi produk tersebut juga haruslah halal. Karena sudah dijelaskan dalam ajaran syariat islam, tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandung atau poses yang menyertainya.⁴

Komunitas muslim di seluruh dunia terutama di Negara Indonesia telah membentuk segmen pasar yang berpotensi dikarenakan pola khusus (konsumsi produk halal) mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola asumsi ini diatur dalam ajaran islam yang disebut dengan syariat. Dalam ajaran syariat tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran syariat islam.

Dengan adanya ajaran tegas syariat islam untuk mnghindari hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT dan melaksanakn apa saja ysng diperintahkan membuat konsumen muslim bukanlah konsumen yang *permissive* dalam pola konsumsinya, mereka dibatasi oleh ke-Haraman yang dimuat dalam *nash* Al-Quran dan Al Hadist yang menjadi panduan utama bagi mereka.⁵

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنَازِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

⁴ <http://riset.umrah.ac.id/wp-content/uploads/2013/12/jurnal-ira-halal.pdf>

⁵ <http://koleksipenegtahuan.wordpress.com/2010/03/01/pengaruh-labesisasi-halal-terhadap-keputusan-pembelian-produk-makanan-dalam-kemasan-pada-mahasiswa-fakultas-ekonomi-universitas-padjajaran-bandung-011/>

Artinya : Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.⁶

Melihat kasus-kasus yang besar yang berkaitan dengan kehalalan produk pangan telah terjadi di Indonesia dan merugikan banyak pihak, serta menimbulkan keresahan masyarakat. *Kasus pertama* terjadi pada tahun 1988, yaitu adanya isu lemak babi pada banyak produk pangan, sedangkan *kasus kedua* adalah haramnya MSG Ajinomoto yang sebelumnya telah dinyatakan halal, ini terjadi pada tahun 2000, belajar dari kasus yang terjadi pada tahun 1988 tersebut, maka Majelis Ulama Indonesia (MUI) berusaha berperan untuk menentramkan umat islam dalam masalah kehalalan produk dengan cara mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPOM MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label halal pada produknya. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan bebas dari unsur-unsur yang dilarang dalam ajaran islam, atau produk tersebut telah menjadi

⁶ <https://tafsirweb.com/660-surat-al-baqarah-ayat-173.html>

kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen Muslim.⁷

Heboh yang melanda Indonesia akibat keharaman penyedap masakan Ajinomoto menyadarkan kepada kita betapa besar dampak yang ditimbulkan. Dari segi materi yang diderita oleh PT. Ajinomoto Indonesia dapat mencapai puluhan milyar rupiah, apalagi jika tuntutan YLKI, konsumen dan para pedagang eceran dipenuhi, tentu kerugian materi ini akan lebih besar pula.

Tentu saja konskuensi semua produsen pangan harus memenuhi ketentuan memproduksi dan mengedarkan bahan pangan halal, kecuali untuk konsumen non-muslim. Karena mengingat sebagian besar penduduk Indonesia adalah muslim, maka sangat wajar apabila diharuskan semua bahan pangan yang diproduksi dan diedarkan di Indonesia adalah makanan dan minuman yang halal, kecuali makanan dan minuman yang ditunjukan bagi non-muslim.⁸

Namun sulitnya perekonomian membuat masyarakat sulit untuk memenuhi kebutuhan hidup yang secara sekunder hal tersebut haruslah terpenuhi dengan nilai-nilai kesehatan sesuai standar. Namun kondisi tersebut sangat sulit dipenuhi. Filosofi yang berada di lingkungan masyarakat miskin

⁷ Retno Sulistyowati "Labelisasi Halal" artikel ini diakses pada tanggal 15 April 2010 dari <http://www.esqmagazine.com>

⁸ Anton Apriyantono dan Nurbowo, Panduan Belanja dan Konsumsi Halal, Jakarta: Khairul Bayaan, 2003, hlm. 12-25

adalah “yang penting makan” apakah makanan tersebut layak dikonsumsi atau tidak hal itu tidaklah penting.⁹

Berbagai pendapat tentang produk halal, semakin memperkuat indikasi semangat bersyariat islam. Menurut hasil poling yang diselenggarakan oleh situs *indohalal.com*, yayasan halaman thoyiban dan LPOM MUI akhir tahun 2012, 77,6% responden menjadikan jaminan kehalalan sebagai pertimbangan pertama dalam berbelanja produk (makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik). Mereka (93,9) setuju bila pada setiap kemasan produk sertifikat halal, wajib dicantumkan label dan nomor bersertifikat halal.

Label halal yang ada pada kemasan produk yang beredar di indonesia adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran. Peraturan pelabelan yang dikeluarkan Dirjen POM (Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan) Departemen kesehatan Republik Indonesia, mewajibkan para produsen-produsen produk makanan untuk mencantumkan label tambahan yang memuat informasi tentang kandungan (ingredient) dari produk makanan tersebut. Dengan begitu konsumen dapat memperoleh sedikit informasi yang dapat membantumereka untuk menentukan sendiri kehalalan suatu produk. Kondisi masyarakat muslim yang menjadi konsumen dari produk-produk makanan yang beredar dipasar, namun mereka tidak mengetahui apa yang sebenarnya mereka konsumsi selama ini. Sebagai orang islam yang memiliki aturan yang sangat jelas tentang halal

⁹ http://staff.blog.ui.ac.id/wiku-a/files/2009/02/kebijakan-nasional-mui-dan-bpom-dalam-labeling-obat-dan-makanan_edited.pdf

dan haram, seharusnya konsumen muslim terlindungi dari produk-produk yang tidak halal atau tidak jelas kehalalannya (*syubhat*). LPOM MUI memberikan sertifikat halal pada produk-produk yang lolos audit sehingga produk tersebut dapat dipasang label halal pada kemasannya dengan demikian masyarakat dapat mengkonsumsi produk tersebut dengan aman.

Sebagaimana dikemukakan diatas, masalah kehalalan produk yang akan dikonsumsi merupakan persoalan yang sangat besar, sehingga apa yang akan dikonsumsi itu benar-benar halal dan tidak tercampur sedikitpun dengan barang haram. Oleh karena itu, tidak semua orang dapat mengetahui kehalalan suatu produk secara pasti, sertifikat halal sebagai bukti penetapan fatwa halal bagi suatu produk yang dikeluarkan oleh MUI dan merupakan suatu yang mutlak diperlukan keberadaannya.¹⁰

Peraturan pemerintah dan fatwa MUI sangat diperlukan untuk mengambil jalan tengah, serta menentramkan jiwa umat muslim, dengan diterbitkannya peraturan tentang jaminan produk halal ini akan memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi masyarakat bahwa setiap produk yang bertanda label halal resmi dari MUI dijamin halal sesuai syariat islam dan hukum positif, sehingga masyarakat tidak perlu ragu dalam memilih, mengkonsumsi dan menggunakan prosuk halal dengan rasa aman, karena

¹⁰ Bagian Proyek Sarana dan Prasana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal Majelis Ulama Indonesia, Op Cit*, hlm 14.

dilindungi oleh hukum. Untuk mengetahui hal tersebut, konsumen harus lebih mengetahui tentang labelisasi halal yang terdapat dalam produk tersebut.

Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Syariah Jurusan Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Palembang yang mayoritas mahasiswa beragama islam dan menjadi konsumen produk pempek. Mahasiswa adalah komunitas kritis yang bila ditinjau dari sisi informasi yang diperoleh dan kemampuannya untuk mencerna informasi adalah komunitas yang bisa memilah-milah produk-produk yang mereka konsumsi berdasarkan informasi yang mereka peroleh. Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembeli konsumen terhadap suatu produk tertentu, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah.

Melihat kenyataan yang terjadi sekarang, banyak persaingan antar pengusaha dalam melabelkan makanan atau produk mereka yang halal untuk dikonsumsi masyarakat luas dan halal tersebut dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli suatu produk. Dari hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan studi tentang **“Pengaruh Labelitas Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Pempek Honey Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai :

- a. Bagaimana pengaruh labelitas halal MUI terhadap keputusan konsumen membeli produk pempek Honey ?
- b. Bagaimana pengaruh labelitas halal MUI terhadap produk pempek Honey ?

C. Batasan Masalah

Adapun dalam penelitian ini batasan masalah yang di pilih sebagai berikut:

1. Pengaruh labelitas halal MUI terhadap keputusan konsumen membeli produk pempek
2. Pengaruh labelitas halal MUI terhadap produk pempek tersebut.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara labelitas halal MUI terhadap keputusan konsumen membeli produk pempek
- b. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh labelitas halal MUI terhadap produk pempek tersebut.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teori

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang berminat terhadap bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan menyusun dalam bidang manajemen pemasaran, yaitu yang berkaitan dengan perilaku konsumen, khususnya mengenai pengaruh labelitas halal MUI terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan adalah untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai labelitas halal MUI pada produknya dan mengetahui bagaimana pengaruh labelitas halal MUI terhadap keputusan pembelian konsumen. Informasi tersebut diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam usaha melabelitaskan produknya dengan label halal dimasa yang akan datang.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis mengenai perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh labelitas halal MUI terhadap keputusan pembelian konsumen dan produknya.

c. Bagi Fakultas

Manfaat bagi fakultas adalah untuk mengetahui bagaimana penelitian ini menanggapi tentang bagaimana pengaruh labelitas halal MUI terhadap keputusan pembelian konsumen dan produknya didalam lingkungan masyarakat. Dan dapat menambah pengetahuan dan wawasan di dalam fakultas.

F. Hipotesis

Secara teoritik dalam pengaruh keputusan pembelian atau penggunaan produk yang dikelola oleh konsumen muslim, faktor labelisasi halal menjadi determinasi faktor. Misalnya bagi umat muslim wajib mengkonsumsi produk yang mencantumkan label halal, karena secara psikologis label halal akan menambah keyakinan bagi konsumen untuk mengkonsumsi produk tersebut. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran islam yang disebut syariat. Dalam ajaran syariat, tidak diperkenankan bagi umat muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran syariat tersebut.

Dengan adanya label halal ini konsumen dapat memastikan produk mana saja yang boleh konsumsi. Untuk para pemeluk agama islam yang taat, pilihan produk makanan yang mereka pilih adalah makanan halal yang diwakili dengan label halal.

H_0 = tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X (labelisasi halal) terhadap variabel Y (keputusan konsumen).

Ha = terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X (labelisasi halal) terhadap variabel Y (keputusan konsumen).

G. Defenisi Operasional

a. Labelisasi Halal

Label adalah sepotong kertas (kain, logam, kayu, dsb) yang ditempelkan pada barang dan menjelaskan tentang nama barang, nama pemilik, tujuan, alamat dan sebagainya.¹¹ Halal adalah diizinkan (tidak dilarang oleh syara).¹² Labelisasi halal adalah logo atau gambar yang menyatakan kehalalan suatu produk yang ditempel pada kemasan.¹³ Adapun pengertian labelisasi halal dalam penelitian ini adalah logo atau gambar yang menyatakan kehalalan suatu produk yang ditempel pada kemasan.

b. Keputusan Pembelian

Keputusan merupakan perihal yang berkaitan dengan putusan segala, putusan yang telah ditetapkan (sesudah diperimbangkan, dipikirkan).¹⁴ Keputusan yang alternatif yang diambel untuk mendatangkan akibat yang sama dikemudian hari.¹⁵

¹¹Departemen Pendidikan Nasional, *kamus besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), Cet. IV, hlm. 621.

¹²*Ibid.*, hlm. 383.

¹³ Wikipedia, "LPPOM MUI", http://id.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI diakses pada 26 oktober 2018, pukul 19.40.

¹⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar...*, hlm. 914

¹⁵ Marwan Asri, *Marketing* (Yogyakarta: BPFE, 1986), Cet. I, hlm. 20

Keputusan pembelian adalah keputusan seorang dimana ia akan membeli ataupun tidak membeli suatu produk. Adapun keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen yang akan membeli atau tidakn membeli pempek.

c. Pempek

Pempek atau empek-empek adalah makanan khas Palembang yang terbuat dari daging ikan yang digiling lmbut dan tepung kanji (secara salah kaprah sering disebut sebagai tepung sagu), serta beberapa komposisi lain seperti telur, bawang putih dihaluskan, penyedap rasa dan garam.¹⁶

Menurut sejarah, pempek telah ada di Palembang sejak masuknya perantau Tionghoa ke Palembang, yaitu disekitar abad ke-16, saat Sultan Mahmud Badaruddin II berkuasa di kesultanan Palembang-Darussalam. Nama empek-empek atau pempek diyakini berasal dari sebutan *apek* atau *pek-pek*, yaitu sebutan untuk paman atau lelaki tua Tionghoa. Berdasarkan cerita rakyat, sekitar tahun 1617 seorang apek berusia 65 tahun yang tinggal didaerah perakitan (tepiian sungai Musi) merasa prihatin menyaksikan tangkapan ikan yang berlimpah di sungan musu belum seluruhnya di manfaatkan dengan baik, hanya sebtas digoreng dan dipindang. Kemudian ia mencoba alternatif pengolahan lain, ia mencampur daging ikan giling dengan tepung tapioka, sehingga dihasilkan makanan baru. Makanan baru

¹⁶ Wikipedia, "Pempek" , <https://id.m.wikipedia.org>diakses pada 26 oktober 2018, pukul 19.54

tersebut diajakan oleh para apek bersepeda keliling kota. Oleh karena penjualnya dipanggil dengan sebutan “pek.. apek”, makan makanan tersebut akhirnya dikenal sebagai empek-empek atau pempek.¹⁷

H. Metode Penelitian

a. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif kemudian menginterpretasikan hasil analisis tersebut untuk memperoleh suatu kesimpulan. Jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data pengaruh labelisasi halal MUI terhadap keputusan konsumen membeli produk pempek, kemudian menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu mengambil kesimpulan dari hasil analisis data-data tersebut.

b. Definisi operasional variabel penelitian

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik penelitian suatu penelitian.

Tabel 1.1

Tabel penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala

¹⁷ Prof.Dr.Made Astawan, Kompas.com. 26 maret 2004. Diakses tanggal 26 oktober 2018 pada pukul 20.11

Labelisasi halal (X)	Pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan untuk menunjukkan yang dimaksud berstatus sebagai produk halal	1. Proses pembuatan 2. Bahan baku utama 3. Bahan pembantu 4. Efek ¹⁸	Likert 1-5
Keputusan Konsumen (Y)	Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk makanan kemasan berdasarkan ada atau	1. Sosial 2. Pribadi 3. psikologi ¹⁹	Likert 1-5

¹⁸ Windartatik. Pengaruh Labelisasi Halal MUI dan *Brand Image* terhadap minat membeli produk kosmetik wardah. Semarang, IAIN Walisongo Fakultas syariah dan Ekonomi Islam, 2013, hlm. 72

¹⁹ Philip kotler dan Amstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, Jakarta: PT. Prenhalindo, 1997, Jld 1, hlm. 144

	tidaknya label halal pada kemasan produk tersebut		
--	--	--	--

Sumber: skripsi Windarttik 2013

Skala pengukuran yang digunakan penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial itu telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala likert, maka variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dalam penelitian ini alternatif jawaban yang disediakan diantaranya:

1. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
2. Setuju (S) diberi skor 4
3. Netral (N) diberi skor 3

- 4. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
- 5. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

a. Jenis dan sumber data

1. Jenis data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Menurut Istianto, pengumpulan data kuantitatif menghasilkan data yang bersifat terstruktur, sehingga penelitian dapat melakukan proses pengkuantitatifan data, yaitu mengubah data semula menjadi data berwujud angka.²⁰ Mengelompokkan data sedemikian rupa dan dinyatakan dalam satu angka dengan menghitung seberapa besar pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan konsumen membeli produk pempek. penelitian ini terdiri atas dua variabel, yaitu labelisasi halal sebagai bebas (independent) dan keputusan konsumen sebagai variabel sebagai variabel terikat (dependent).

2. Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

a. Data primer

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008, hlm. 134-135

Data primer adalah data yang diperoleh dan digali dari sumber utama baik dari individu atau perorangan melalui kuesioner.²¹ Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan berupa angket kepada mahasiswa ekonomi syariah , tarbiyah angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Palembang dan

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah ada dan tersusun secara sistematis serta merupakan hasil penelitian atau rangkuman dari dokumen-dokumen perusahaan serta literature lain seperti buku, majalah, surat kabar, makalah atau situs web yang membahas tentang labelisasi halal.

b. Populasi dan sampel penelitian

1. Populasi

Populasi adalah seluruh objek yang menjadi sasaran penelitian.²²

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Agama Islam jurusan ekonomi syariah , Tarbiyah angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Palembang serta penduduk di jalan Beringin Raya Blok FF RT 61 kelurahan 15 ulu seberang ulu I Palembang secara random.

²¹ Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005, hlm. 43

²² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006, Edisi Revisi VI, hlm. 130-131

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari wakil populasi yang diteliti secara rinci.²³ Pengambilan sampel digunakan dengan *cara sampel random*. *Sampel random* adalah suatu metode pemilihan ukuran sampel dalam setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel.²⁴

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi mahasiswa ekonomi syariah, tarbiyah dan penduduk di jalan Beringin Raya Blok FF RT 61 kelurahan 15 ulu seberang ulu I Universitas Muhammadiyah Palembang dengan jumlah populasi 192 mahasiswa. Penulis menggunakan angka ini sebagai jumlah populasi. Kemudian untuk menghitung sampel yang dibutuhkan dapat digunakan rumus yang dikemukakan oleh *slovin*²⁵, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n= ukuran sampel

N= ukuran populasi

E= nilai kritis (bebas ketelitian) yang digunakan/ *margin of error max* (10% atau 0,01)

Berdasarkan rumus diatas diperoleh sampel sebagai berikut:

²³ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Raja Wali Pers, 2008, hlm. 126

²⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006, Edisi Revisi VI, hlm. 185

²⁵ Sofiyan Siregar, *Statistik Deskriptif untuk penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010, hlm. 149

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{192}{1 + 100(0,01)}$$

$$n = \frac{192}{2}$$

$$n = 96$$

Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata jumlah mahasiswa fakultas agama islam jurusan Ekonomi syariah , Tarbiyah angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Palembang serta penduduk di jalan Beringin Raya Blok FF RT 61 kelurahan 15 ulu seberang ulu Iadalah 192 mahasiswa , jumlah sampel untuk penelitian menggunakan margin of error sebesar 10% maka jumlah sampel yang diteliti adalah 96 mahasiswa.

I. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penjelasan, pemahaman dan penelaahan pokok permasalahan yang akan dibahas, maka penulisan penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka yang menjadi landasan teori yaitu: penegrtin label, penegrtian halal, pegertian labelisasi halal, pengertian

keputusan konsumen, tipe perilaku konsumen dalam mengambil keputusan, proses keputusan pembelian konsumen, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini ngeruraikan tentang sejarah singkat, visi misi, struktur organisasi dan tugasnya masing-masing.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari: gambaran umum obyek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari: simpulan yang menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian. Simpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Implikasi dari penelitian yang menunjukkan kemungkinan penerapannya. Kelebihan dan kekurangan. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an terjemahan
- Ahmadi Miru, 2007. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Anton Apriyanto dan Nurbowo, 2003. *Paduan Belanja dan Konsumsi Halal*, Jakarta: Khairul Bayan
- Anton Apriyantono dan Nurbowo, 2003. *Panduan Belanja dan konsumsi Halal*, Jakarta: Khairul Bayan
- Bagian Proyek Saran Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama, 2003. *Tanya Jawab Seputar Produksi Halal*, Jakarta: Departemen Agama
- Bagian Proyek Sarana dan Prasana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal Majelis Ulama Indonesia*
- Bagian proyek sarana dan prasarana produk halal direktor jenderal bimbingan masyarakat islam dan penyelenggaraan Haji, 2003. *Sistem dan Prosedur Penetapan Fatwa Produk Halal Majelis Ulama Indonesia*, Jakarta: Departemen Agama
- Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Tanya jawab Seputar Produksi Halal*
- Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Penyelenggaraan Haji, 2003. *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia*, Jakarta: Departemen Agama
- Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, 2003. *Petunjuk Teknis Pedoman System Produksi Halal*, Jakarta: Departemen Agama
- Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dalam Penyelenggaraan Haji Departemen Agama RI 2003, *Panduan Sertifikasi Halal*. Jakarta: Departemen Agama
- Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dalam Penyelenggaraan Haji Departemen Agama RI 2003, *Modul Pelatihan Auditor Internal Halal*. Jakarta: Departemen Agama
- Departemen Pendidikan Nasional, 2007. *kamus besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai Pustaka
- Depdikbud, 2001:845
- Henry sinamora, 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jakarta: Salemba Empat
- Istijanto, 2005. *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Marius P. Angipora, 1999. *Dasar-dasar Manajemen*, Jakarta: PT Raja Grafindo
- Marwan Asri, 1986. *Marketing* Yogyakarta: BPFE
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Raja Wali Pers

- Nugroho J. Setiadi, 2003. *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategidan Penelitian Pemasaran)*, Bogor: Kencana
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*, Bogor: Kencana, 2003
- Philip Kotler dan A.B Susanto, 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat
- Philip Kotler dan AB Susanto, 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia (Analisis Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian)*, Jakarta: Salemba Empat
- Philip kotler dan Armstrong, 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. Prenhalindo
- Philip Kotler dan Gerry Armstrong, 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. Prenhalindo
- Philip Kotler, 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Prenhallindo
- Sayyid Sabiq dan Fiqih *Al-Sunnah*, 1973 Beirut: Dar Al-Kitab Al-Arabiyyah
- Sofiyani Siregar, 2010. *Statistik Deskriptif untuk penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Suharsimi Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Sutisna, 2003. *Perilaku Konsumen dan komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Terjemah Departemen Agama RI, 2007. Jakarta: Mumtaaz Media Islami
- Yusuf Qardhawi, 2000. *Halal Haram dalam Islam*, Surakarta: Era Intermedia
- Yusuf Qardhawi, 2007. *Halal Dan Haram Dalam Islam*, Surakarta: Era Intermedia

WEB:

- [Eprints.walisongo.ac.id/3580/3/092411060_Bab2.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/3580/3/092411060_Bab2.pdf)
- <http://historysander.blogspot.com/2013/01/sejarah-makanan-khas-palembang-pempek.html>
- http://id.wikipedia.org/wiki/perilaku_konsumen, diakses tanggal 7 Desember 2018.
- http://lppommuikaltim.multiply.com/journal/item/14/sertifikasi_dan_Labelisasi_Halal
- <http://riset.umrah.ac.id/wp-content/uploads/2013/12/jurnal-ira-halal.pdf>
- http://staff.blog.ui.ac.id/wiku-a/files/2009/02/kebijakan-nasional-mui-dan-bpom-dalam-labeling-obat-dan-makanan_edited.pdf
- <http://www.esqmagazine.com>
- http://www.halalmui.org/index.php?option=com_content&view=article&id=175Itemid=320&lang=in
- <http://www.halalmuibali.or.id/?p=56>, diakses tanggal 2 januari 2019
- <http://yosiabdiantindaon.blogspot.com/2012/11/pengertian-pengaruh.html>
- <https://tafsirweb.com/660-surat-al-baqarah-ayat-173.html>
- Wikipedia, "LPPOM MUI", http://id.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI Wikipedia, "Pempek", <https://id.m.wikipedia>.

www.halalmui.org/index.php?option=com_content&view=article&id=175&itemid=320&lang=in

WAWANCARA:

Prof.Dr.Made Astawan, Kompas.com. 26 maret 2004
Wawancara Pempek Honey Palembang, 29 januari 2019

REFERENSI

- Tri Widodo, *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie*, Tahun 2015
- Aris S. Prima Sandi, dkk, *Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Konsumen pada Produk Minuman Berenergi*, Tahun 2014
- Windartatik, *Pengaruh Labelisasi Halal MUI dan Brand Image terhadap minat membeli produk kosmetik wardah*. Semarang, IAIN Walisongo Fakultas syariah dan Ekonomi Islam, 2013