



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 3226-3236

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kedaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Prouduk Mie Instan di Kelurahan Pulo Padang

Nurhamidah Ritonga^{1✉}, Basyarul Ulya², Rahmi Syafriyeti³

Universitas Al Washliyah Labuhanbatu

Email: midahritonga202@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, label halal dan tanggal kedaluarsa produk makanan dan minuman sangat penting saat membeli. Penelitian ini berfokus pada orang-orang di usia 18 tahun ke atas di Kelurahan Pulo Padang yang membeli mie instan. Penelitian ini akan menyelidiki bagaimana labelisasi halal dan tanggal kedaluarsa berdampak pada pilihan pembeli. Metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal dan tanggal kedaluarsa memengaruhi pilihan pelanggan saat membeli barang. Hasil pengujian determinasi sebesar 72,4 persen, dengan 27,6 persen dipengaruhi oleh variabel luar yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Label Halal, Tanggal Kedaluarsa, Keputusan Pembelian

Abstract

Since the majority of Indonesia's population is Muslim, halal labels and expiration dates on food and beverage products are very important when purchasing. This study focuses on people aged 18 and over in Pulo Padang Village who buy instant noodles. This study will investigate how halal labeling and expiration dates affect buyer choices. The data collection method is by using a questionnaire. The results of the study indicate that halal labels and expiration dates influence customer choices when purchasing goods. The results of the determination test were 72.4 percent, with 27.6 percent influenced by external variables that were not studied.

Keywords: Halal Label, Expiration Date, Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Keragaman suku, agama, dan etnis di Indonesia sangat memengaruhi budaya yang berkembang, terutama dalam kebiasaan makan. Saat ini, masyarakat lebih cenderung membeli makanan daripada menyiapkannya sendiri. Konsumsi makanan semakin berorientasi pada kepraktisan dan kecepatan untuk menyesuaikan dengan gaya hidup modern. Karena sudah berkembangnya zaman, berbagai perusahaan berlomba-lomba menyediakan makanan instan dan siap saji, seperti mi instan, guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Produk makanan kini tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan pokok, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Pola konsumsi masyarakat cenderung mengikuti tren, termasuk mengadopsi budaya dari negara lain, seperti konsumsi makanan instan. Sebagai konsekuensinya, beragam produk makanan dan minuman, baik dari dalam maupun luar negeri, semakin memenuhi pasar Indonesia. Situasi ini menimbulkan tantangan bagi masyarakat dalam menentukan pilihan produk makanan yang telah memiliki sertifikasi halal. Peningkatan populasi Muslim serta penerimaan makanan halal di kalangan non-Muslim turut mendorong tingginya permintaan akan produk halal (Syazwan, 2015).

Masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim telah mengutamakan makanan yang memiliki label halal. Mereka telah mementingkan makanan yang berlabel halal daripada makanan yang tidak memiliki label halal. Oleh karena itu para pemasar harus mempertimbangkan produk halal, agar masyarakat muslim dapat mempercayai produk mereka dan agar mereka mendapatkan peningkatan pendapatan. Selain itu juga agar produk mereka dapat terkenal karena kualitas dan tanggung jawab pemasar terutama memberikan label halal pada produk mereka.

Sahir (2016) menyatakan bahwa label merupakan elemen dasar atau gambar dengan desain yang kompleks dan memiliki peran penting dalam kemasan. Menurut jajak pendapat yang dilakukan oleh Tri Widodo (2015) dan Imamudin (2017), label halal berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Aspan et al. (2017) mengungkapkan temuan yang bertolak belakang, yaitu label halal berdampak negatif terhadap keputusan pembelian dan pengaruhnya sangat kecil.

Label halal menjadi faktor utama yang meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk makanan halal. Daya tarik mi instan dapat memengaruhi sikap dan persepsi remaja dalam mengambil keputusan pembelian produk tersebut. Hal ini sejalan dengan Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 2019 sebagai pelaksanaan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Label halal merupakan fitur penting yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tanda halal sangat penting untuk

menanamkan rasa percaya diri konsumen dalam pengambilan keputusan (Syahputra & Hamoraon, 2013). Produk yang mencantumkan tanda halal pada kemasannya telah melalui proses pemeriksaan untuk memastikan bahwa isinya bebas dari bahan-bahan yang dilarang dalam Islam. Standar halal tidak hanya mengamanatkan penghindaran makanan atau bahan-bahan yang dianggap haram, tetapi juga pengecualian bahan kimia, fisik, atau polutan berbahaya lainnya dari produk.

Produk mi instan banyak beredar di Kota Rantauprapat, khususnya di Kelurahan Pulo Padang. Banyak toko ritel, seperti Indomaret, Alfamart, dan Alfamidi, sering memajang produk berlabel halal. Adanya label halal pada produk mie instan membuat masyarakat kelurahan Pulo Padang sering mengkonsumsinya dan terkadang dijadikan pengganti nasi. Tetapi permasalahan yang muncul dari maraknya produk-produk mie instan yang tidak memiliki label halal dan itu sangat dipertimbangkan oleh masyarakat Indonesia terutama masyarakat yang berada di Kelurahan Pulo Padang karena penduduknya mayoritas muslim yang sangat mementingkan adanya label halal pada produk makanan.

Setelah memperhatikan label halal, konsumen juga perlu memeriksa tanggal kedaluwarsa saat memilih produk makanan dalam kemasan. Informasi ini tercantum pada kemasan untuk memastikan bahwa produk tersebut masih dalam kondisi layak konsumsi. Tanggal kedaluwarsa merupakan keterangan tertulis yang menunjukkan batas waktu suatu produk dapat digunakan sebelum mengalami penurunan kualitas. Mengonsumsi produk yang sudah melewati tanggal kedaluwarsa berarti mengonsumsi barang yang mutunya telah menurun atau bahkan rusak, yang dapat membahayakan kesehatan. Maka dari itu, sebaiknya konsumen mengonsumsi produk sebelum tanggal kedaluwarsa berakhir. Pencantuman tanggal kedaluwarsa bersifat pencegahan agar konsumen terhindar dari produk yang tidak lagi layak digunakan. Menurut Setianingrum (2020), mengetahui tanggal kedaluwarsa memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memastikan apakah suatu produk masih layak dikonsumsi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri & Subawa (2019), disebutkan bahwa pencantuman tanggal kedaluwarsa sangat penting dalam strategi pemasaran guna memastikan produk yang beredar tetap layak dikonsumsi. Sementara itu, Tarmizi & Ulyah (2017) menemukan bahwa tanggal kedaluwarsa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, pendapat berbeda dikemukakan oleh Suprpto, Nurmalina, & Fahmi (2014), yang menyatakan bahwa tanggal kedaluwarsa tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian konsumen merupakan perwujudan sikap mereka terhadap pemilihan atau perolehan suatu produk tertentu (Kotler & Keller, 2012). Wahyurini & Trianasari (2020) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari suatu proses pengambilan keputusan yang menyeluruh, yang meliputi pengenalan kebutuhan hingga perilaku pasca pembelian. Menurut Sumarwan (2017:19), keputusan pembelian dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu strategi pemasaran, perbedaan individu, dan pengaruh lingkungan. Produk sering kali memiliki fitur-fitur seperti harga, merek, kemasan, kualitas, dan label, yang dapat memengaruhi keputusan pembelian (Kusumastuti, 2010). Untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, penting untuk mempertimbangkan informasi yang tersedia dalam atribut produk (Sopiah et al., 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari pengaruh label halal dan tanggal kadaluarsa terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk mie instan. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dampak apa yang terjadi jika suatu produk mie instan tidak memiliki label halal dan tanggal kadaluarsa. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang jelas dan benar kepada masyarakat Indonesia terutama masyarakat Kelurahan Pulo Padang untuk memperhatikan label halal dan tanggal kadaluarsa sebelum membeli suatu produk mie instan.

Manfaat penelitian ini mencakup dua aspek : pertama, memberikan wawasan kepada masyarakat Indonesia terutama masyarakat Kelurahan Pulo Padang agar pada saat ingin membeli dan mengonsumsi produk mie instan yang ada label halalnya dan tertulis tanggal kadaluarsanya sehingga lebih aman untuk dikonsumsi. Kedua, untuk memberikan wawasan kepada pemasar agar lebih mengutamakan produk yang memiliki label halal dan tertera tanggal kadaluarsanya sehingga masyarakat dapat mengonsumsi produk yang dijual dan agar mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk menguji pengaruh label halal dan tanggal kadaluarsa terhadap keputusan pembelian konsumen produk mie instan. Seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2012), pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori dan hipotesis melalui pengukuran data numerik yang dianalisis secara statistik. Sementara itu, metode survei dinilai tepat untuk memperoleh data dari populasi besar dalam waktu yang relatif singkat.

Fraenkel dan Wallen (2009) menekankan bahwa survei merupakan teknik yang efektif dalam mengumpulkan informasi tentang sikap, opini, serta perilaku konsumen.

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Pulo Padang, Kabupaten Labuhanbatu, Sumatera Utara. Lokasi tersebut dipilih secara purposive berdasarkan tingkat konsumsi mi instan yang tinggi di kalangan masyarakatnya. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen mi instan dengan rentang usia mulai dari 18 tahun ke atas, karena pada usia tersebut individu dianggap telah memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan pembelian secara independen.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring dengan menggunakan platform Google Forms atau aplikasi survei serupa. Instrumen penelitian berupa angket tertutup yang disusun berdasarkan skala Likert empat poin, terdiri dari pernyataan favorable dan unfavorable yang mengukur persepsi responden terhadap label halal, tanggal kadaluarsa, dan keputusan pembelian. Skala Likert digunakan karena dianggap efektif untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat terhadap objek tertentu, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2016).

Sebelum digunakan dalam pengambilan data utama, kuesioner diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen dalam mengukur variabel secara berulang. Ghazali (2018) menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan valid jika koefisien korelasinya lebih besar dari 0,30, dan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha-nya lebih dari 0,70.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS atau SmartPLS. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari variabel independen, yakni label halal dan tanggal kadaluarsa, terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian. Untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, digunakan uji t, sementara uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel secara simultan. Selain itu, dilakukan pula uji koefisien determinasi (R^2) guna mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian. Menurut Santoso (2017), regresi linear berganda sangat tepat digunakan untuk menganalisis hubungan antara lebih dari satu variabel independen dengan satu variabel dependen dalam penelitian yang bersifat prediktif atau penjelasan.

Dengan metodologi ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif dan terukur mengenai pengaruh label halal dan tanggal kadaluarsa terhadap perilaku pembelian masyarakat, serta menjadi rujukan bagi produsen dan pemangku kebijakan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk pangan, khususnya mi instan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linear Berganda

Table 1. Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	5.506	1.227		4.487	.000
1	Label Halal	.292	.101	.445	2.887	.006
	Tanggal Kedaluarsa	.301	.103	.452	2.931	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Pengolahan Data Penelitian (2025)

Persamaan regresi linier berganda berdasarkan hasil *output* di atas akan disajikan sebagai berikut :

$$Y = 5,506 + 0,292(X_1) + 0,301(X_2)$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 5,506 menunjukkan bahwa jika variabel Label Halal (X_1) dan Tanggal Kedaluarsa (X_2) bernilai 0, maka nilai Keputusan Pembelian (Y) tetap sebesar 5,506.
2. Koefisien regresi untuk variabel Label Halal (X_1) adalah 0,292, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada variabel tersebut akan meningkatkan nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,292 satuan.
3. Koefisien regresi untuk variabel Tanggal Kedaluarsa (X_2) adalah 0,301, yang mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel ini akan meningkatkan nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,301 satuan.

Uji Parsial (T)

Tabel 2. Uji Parsial

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	5.506	1.227		4.487	.000
1	Label Halal	.292	.101	.445	2.887	.006
	Tanggal Kadaluarsa	.301	.103	.452	2.931	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Pengolahan Data Penelitian (2025)

Nilai t_{hitung} berdasarkan *output* statistik pada tabel diatas, sementara nilai t_{tabel} melalui titik presentase distribusi (t) dengan probabilitas (tingkat signifikansi) 5 % (0,05) yang berpedoman pada rumus seperti dibawah ini :

$$\text{Nilai } t_{tabel} = (n - k)$$

Dimana :

n = jumlah sampel

k = konstanta (jumlah variabel bebas)

1 = jumlah variabel terikat

Nilai $T_{tabel} = (n - k)$

$$= (40 - 2)$$

$$= 38 \text{ sehingga nilai } t_{tabel} \text{ sebesar } 2,024$$

(Berdasarkan nilai titik persentase distribusi t)

Berdasarkan tabel dan keterangan di atas, maka hasil pengujian secara parsial akan diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai t_{hitung} (2,887) lebih besar dari t_{tabel} (2,024) dan nilai signifikansi ($0,006 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian secara parsial Label Halal memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian
2. Nilai t_{hitung} (2,931) $> t_{tabel}$ (1,997) dan nilai signifikansi ($0,006 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Ini menunjukkan bahwa secara parsial tanggal kadaluarsa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

3. Variabel bebas yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah tanggal kadaluarsa (X_2) karena menghasilkan nilai t_{hitung} (2,931) yang paling besar diantara variable bebas lainnya.

Uji Simultan (F)

Tabel 3. Uji Simultan

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	205.031	2	102.516	52.143	.000 ^b
1	Residual	72.744	37	1.966		
	Total	277.775	39			

Nilai F_{hitung} berdasarkan *output* statistik pada tabel di atas, sementara nilai F_{tabel} melalui titik persentase distribusi (F) dengan probabilitas (tingkat signifikansi) 5% (0,05).

$$\text{Nilai } F_{tabel} = (n - k) - 1$$

Dimana :

n= jumlah sampel

k = konstanta (jumlah variabel bebas)

1 = jumlah variabel terikat

$$\text{Nilai } F_{tabel} = (n - k) - 1$$

$$= (40 - 2) - 1$$

$$= 38 - 1$$

$$= 37 \text{ sehingga nilai } F_{tabel} \text{ sebesar } 3,25$$

(Berdasarkan nilai titik persentase distribusi F)

Berdasarkan tabel dan keterangan di atas, hasil uji-F dijelaskan bahwa nilai F_{hitung} (52.143) $> F_{tabel}$ (3,25) dan signifikansi (0,000 $<$ 0,05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Label Halal dan Tanggal kadaluarsa berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.738	.724	1.402

a. Predictors: (Constant), Tanggal Kadaluarsa, Label Halal

Sumber : Pengolahan Data Penelitian (2025)

Berdasarkan koefisien determinasi yang tercantum dalam tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,724 menunjukkan bahwa variabel bebas, yang terdiri dari Label Halal dan tanggal kadaluarsa, memiliki pengaruh sebesar 72,4% terhadap keputusan pembelian. adalah 72,4%, sedangkan 27,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan yang diperoleh dari label halal (X_1) Terhadap keputusan pembelian dihasilkan sebesar 2.887, sehingga hasil perhitungan Nilai $t_{hitung}(2,887)$ lebih besar dari t_{tabel} (2,024) dan nilai signifikansi ($0,006 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian secara parsial Label Halal memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Maka label halal masih menjadi tolak ukur masyarakat Kelurahan Pulo Padang memilih sebuah produk untuk dikonsumsi.

Pengaruh Tanggal Kadaluarsa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil penelitian yang diperoleh dari tanggal kadaluarsa dari (X_2) terhadap keputusan pembelian dihasilkan sebesar 2.931, Nilai $t_{hitung}(2,931) > t_{tabel}$ (1,997) dan nilai signifikansi ($0,006 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Ini menunjukkan bahwa secara parsial tanggal kadaluarsa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka masyarakat Kelurahan Pulo Padang masih melihat tanggal kadaluarsa untuk memastikan produk tersebut masih layak dikonsumsi atau tidak.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa label halal memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk mi instan di Kelurahan Pulo Padang. Selain itu, tanggal kadaluarsa juga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kedua variabel tersebut, yaitu label halal dan tanggal kadaluarsa, turut

memengaruhi keputusan pembelian produk mi instan di Kelurahan Pulo Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aspan, H., et al. (2017). The effect of halal label, halal awareness, product price, and brand image to the purchasing decision on cosmetic products (Case study on consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55–66.
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2009). *How to Design and Evaluate Research in Education* (7th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imamuddin, M. (2017). Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian mie instan mahasiswa IAIN Bukittinggi TA 2016/2017. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 1(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kusumastuti, F. (2010). Pengaruh harga, atribut produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk telepon seluler Sony Ericsson (Studi Kasus di Kabupaten Temanggung) (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Nurhayati, F., Widodo, J., & Soesilowati, E. (2015). Pengembangan LKS berbasis problem based learning (PBL) pokok bahasan tahap pencatatan akuntansi perusahaan jasa. *Journal of Economic Education*, 4(1).
- Putri, E. P. S., & Subawa, I. M. (2019). Peran Bpom Provinsi Bali dalam meningkatkan perlindungan hukum terkait penjualan donat tanpa dicantumkan tanggal kadaluarsa. *Kertha Semaya*, 7(4), 1–16. <https://doi.org/10.24843/KM.2019.v07.i04.p09>
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, 3(1).
- Santoso, S. (2017). *Menguasai Statistik dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setianingrum, C. A. W. (2020). Apa yang dimaksud best before dan expired date di kemasan produk? *Tirto.Id*. Retrieved from <https://tirto.id/apa-yang-dimaksud-bestbefore-dan-expired-date-di-kemasan-produk-eui3>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, D. A., Nurmalina, R., & Fahmi, I. (2014). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk susu bubuk pertumbuhan. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 7(2), 113–122.
- Syahputra, A., & Hamoraon, H. D. (2014). Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam pembelian produk makanan dalam kemasan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2(8), 14806.
- Syazwan, K. M., et al. (2015). Factors contributing to premature sign-off of audit procedure: Evidence from Malaysia. *Advanced Science Letters*, 21(5), 1243–1246.
- Sulistyo, A., Sumarwan, U., & Aminah, M. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian buku pada mahasiswa. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 12(3), 475–492.
- Sopiah, S., Kurniawan, D. T., Nora, E., & Narmaditya, B. S. (2020). Does talent management affect employee performance?: The moderating role of work engagement. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(7), 335–341.
- Tarmizi, A., & Ulyah, U. (2017). Pengaruh tanggal kadaluarsa dan label halal pada kemasan produk makanan terhadap keputusan pembelian masyarakat Sungai Terap Muaro Jambi. *INNOVATIO: Journal for Religious Innovations Studies*, 17(1), 45–54.
- Tri Widodo. (2015). Pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Indomie. Surakarta.
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39–50.