

DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN HALAL

Ali Hardana¹, Jafar Nasution², Ananda Anugrah Nasution³

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan^{1,2,3}
pos-el: alihardana@uinsyahada.ac.id¹, jafar@uinsyahada.ac.id², anandaanugrah@uinsyahada.ac.id³

ABSTRAK

Abstrak berjumlah Industri makanan halal sedang berkembang pesat di Indonesia. Salah satunya adalah street food keong rebus yang berada di Kota Padangsidempuan. Penelitian dilakukan pada 99 konsumen street food keong rebus. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan uji instrument melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependant. Hasil menunjukkan bahwa variabel harga, kesadaran halal dan tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal di street food keong rebus adangsidempuan. Temuan lain dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan halal di street food keong rebus Padangsidempuan.

Kata kunci : *Harga, Label Halal, Kesadaran Halal, Keputusan Pembelian, Makanan Halal*

ABSTRACT

Abstract: The halal food industry is growing rapidly in Indonesia. One of them is boiled snail street food in Padangsidempuan City. Research was conducted on 99 consumers of boiled snail street food. This research uses quantitative research with instrument testing through validity and reliability tests. Then multiple linear regression analysis is used to determine the effect of the independent variable on the dependent variable. The results show that the variables price, halal awareness and level of religiosity have a positive and significant effect on the decision to purchase halal food at the Adangsidempuan boiled snail street food. Other findings in this research show that the halal label variable has no influence on the decision to purchase halal food at Padangsidempuan boiled snail street food.

Keywords: *Price, Halal Label, Halal Awareness, Purchasing Decisions, Halal Food*

1. PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini terjadi pergeseran konsumen muslim di Indonesia tidak hanya mereka semakin pintar dan Makmur tetapi juga semakin relijius. Semakin banyaknya produk-produk makanan yang beredar dengan berbagai kemasan yang menarik. Hal tersebut tentu saja menjadi tantangan bagi masyarakat, dimana yang kita ketahui Indonesia adalah salah satu negara yang mayoritas muslim. Mayoritas penduduk muslim menjadikan permintaan terhadap produk halal tergolong besar (Nurhasanah, Saniatun Jono M Munandar, n.d.). Karenanya diperlukan peraturan dan pengaturan yang jelas yang dapat menjadi penjamin kehalalan suatu bahan

atau produk makanan. Hal itu karena sebagai konsumen muslim, halal merupakan hal yang sangat sensitive sehingga memastikan kehalalan suatu produk terlebih bahan makanan yang dikonsumsi adalah suatu kewajiban dan menjadi kebutuhan.

Street Food Keong rebus Padangsidempuan merupakan pusat jajanan kuliner yang lagi viral. karena beragam pilihan makanan dan minuman kekinian dengan harga yang terjangkau seperti nasi kucing, telur gulung, Takoyaki, es durian dan lain sebagainya serta terjamin halal, Pasar dadakan di keong rebus Padangsidempuan

yang hadir setiap hari minggu, menjadi salah satu tujuan utama para pengunjung selain berolahraga. Kalau kata pepatah menyelim sambil minum air dan kalau berolahraga sambil belanja jadi sehat dan juga dapat makanan di Street Food Keong rebus Padangsidimpuan (Sumsel.antarnews).

Harga Merupakan sejumlah nilai yang dibebankan kepada suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen (Sugiono 2012). Harga menentukan laku tidaknya suatu produk dalam perdagangan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan salah satu unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan penjualan barang dan jasa, oleh karena itu harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen. Bagi Ibnu Khaldun harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari hukum ini adalah harga emas dan perak, yang merupakan standar moneter, semua barang-barang lain terkena fluktuasi harga yang tergantung pada pasar. Bila suatu barang langka dan banyak diminta, maka harganya tinggi. Jika suatu barang berlimpa maka harganya akan rendah (Sugiono 2012).

Label Halal merupakan pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan produk halal dengan tulisan halal dalam bahasa arab, huruf lain dan kode dari mentri agama yang dikeluarkan sebagai dasar pemeriksaan halal dari MUI sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah halal dikonsumsi serta digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariat islam. Penyelenggara Jaminan Halal (BPJH), kemudian kewajiban pelaku usaha mencantumkan label halal pada : kemasan produk, bagian tertentu produk dan tempat tertentu pada produk. Kemudian di dalam pencantuman label halal tersebut harus mudah dilihat dan dibaca seta tidak mudah dihapus, dilepas dan dirusak.

Kesadaran Halal berarti memahami tentang apa yang baik atau boleh dikonsumsi sesuai dengan aturan agama islam yang ada pada alquran dan hadits. Kesadaran halal dalam islam dimana seseorang yang beragama menyadari bahwa agamanya mengharuskan penganutnya untuk mengkonsumsi produk-produk halal. Seperti firman Allah SWT dalam QS Al-Imran : 93 (Semua makanan itu halal bagi Bani Israil, kecuali makanan yang diharamkan oleh Israil (Yakub) atas dirinya sebelum Taurat diturunkan. Katakanlah (Muhammad), “Maka bawalah Taurat lalu bacalah, jika kamu orang-orang yang benar.)

Religiusitas merupakan penghayatan keagamaan dan kedalaman kepercayaan yang diaplikasikan dengan melakukan ibadah sehari-hari, seperti berdoa, membaca kitab suci dan lain sebagainya. Religiusitas juga merupakan suatu Tindakan dalam kehidupan yang dikaitkan dengan keagamaan yang diyakini, pada penelitian

kali ini Religiusitas berdasarkan agama islam ialah suatu kesatuan unsur komprehensif yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang yang beragama dan bukan sekedar mengaku agama meliputi pengetahuan agama, pengalaman agama, dan sikap sosial keagamaan. Seperti firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah 208 :

(Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu).

Keputusan pembelian suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Assauri 1996). Seperti firman Allah SWT dalam QS Al-Jumu'ah Ayat 10 :

(Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.)

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui analisis pengaruh harga, label halal, tingkat religiusitas, terhadap keputusan pembelian makanan halal di Street food Keong rebus Padangsidimpuan.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi tentang bagaimana metode yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode

kuantitatif yaitu merupakan penelitian yang menggunakan pengumpulan data numbering untuk menjelaskan suatu fenomena tertentu. (Duli 2019).

Sumber data yang dikumpulkan pada penelitian ini yaitu data primer dan menggunakan penyebaran kuesioner kepada sampel yang sudah ditentukan sebagai teknik pengumpulan data yang hendak diteliti. (Suryani 2015).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Padangsidimpuan yaitu berjumlah 1.686.073 penduduk dan telah di hitung menggunakan rumus slovin di peroleh 99 responden. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan pilihan jawaban serta skor yang mempunyai empat pilihan jawaban, yakni SS (sangat setuju), S (setuju), KS (kurang setuju) TS (tidak setuju), dan STS (sangat tidak setuju). Selanjutnya data dianalisis menggunakan alat ukur SPSS regresi linier berganda.

Perhitungan analisa yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi linear berganda dengan bantuan komputer program Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Analisis regresi linier berganda adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui ketergantungan satu variabel terikat pada satu variabel bebas dengan atau tanpa variabel moderasi (wahyuni, Sutarno, and Andika 2020). Rumus dari analisis regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstan

b₁ = Koefisien Harga

b2 = Koefisien Label Halal

b3 = Koefisien Kesadaran Halal

b4 = Koefisien Religiusitas

X1 = Harga

X2 = Label Halal

X3 = Kesadaran Halal

X4 = Religiusitas

e = Standar Error

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Taman keong rebus merupakan taman kota yang sudah ada sejak 1900-an. Nama keong rebus berasal dari bahasa lokal yang artinya kolam ikan karena memiliki danau dibagian tengahnya. Taman ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti, taman bermain anak, tempat duduk hingga wifi gratis untuk mereka yang ingin mengakses internet sambil bersantai. Tiap akhir pekan taman ini kerap diramaikan oleh masyarakat, mulai anak-anak hingga dewasa yang berasal dari berbagai komunitas. Oleh sebab itu, taman ini kemudian menjadi pusat kulineran dikota Padangsidimpuan, ini menjadi kesempatan bagi penjual terutama umkm untuk berdagang disini karena letak yang strategis dan ramai pengunjung. Bahkan setiap sabtu/minggu pagi selalu ada street food pagi yang diadakan disini. Seluruh masyarakat Padangsidimpuan banyak menghabiskan waktu libur paginya di taman ini.

Dapat diketahui banyaknya sampel yang digunakan sebesar 99 responden yang dikumpulkan melalui google form.

Berdasarkan tabel mayoritas responden adalah laki-laki persentase sebesar 41%, strata pendidikan S1 sebesar 55%, pekerjaan mahasiswa/I sebesar 68%, pendapatan perbulan < Rp. 500.000 sebesar 38%.

Uji validitas membandingkan nilai r hitung dengan r_{tabel} . Nilai r_{tabel} dicari menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dengan tingkat signifikansi 0,05 di dapat r_{tabel} 0,166.

Hasil olah statistik uji validitas menunjukkan bahwa seluruh hasil perhitungan variabel r hitung > r_{tabel} dan bernilai positif sehingga pernyataan dari variabel-variabel tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengumpulan data.

Uji reliabilitas merupakan tingkat kekonsistenan menggunakan metode analisis alpha *cronbach* dan dinyatakan reliabel jika alpha *cronbach* > 0,60. Berdasarkan tabel dibawah, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki cronbach alpha sebesar 0,984 > 0,60. Dengan demikian semua variabel dapat dikatakan reliabel.

Item-Total Statistics			
	Minimal Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
X1.1	0,60	,984	Reliabel
X2.1	0,60	,984	Reliabel
X3.1	0,60	,983	Reliabel
X4.1	0,60	,983	Reliabel
Y.1	0,60	,983	Reliabel

Sumber : Data diolah tahun 2023

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,16825641
Most Extreme Differences	Absolute		,068
	Positive		,068
	Negative		-,060
Test Statistic			,068
Asymp. Sig. (2-tailed)			,200c,d

Sumber: Data diolah tahun 2023

Nilai Signifikansi tabel adalah 0,200 > 0,05, terlihat nilai residual standar deviasi normal dan variabel X dan Y dapat diteliti.

Pada uji multikolinieritas digunakan nilai tolerance dan VIF agar dapat diketahui bagaimana model dari regresi terjadi korelasi antar variabel X. Hal ini dilakukan untuk mengecek dalam model multikolinieritas. Model regresi bisa dikatakan bebas multikolinieritas jika kedua nilai toleransi dan nilai VIF < 10.

Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y = 1,003 + 0,248 X_1 + 0,177 X_2 + 0,576 X_3 + 0,227 + e$.

Berikut ini dapat ditarik dari tabel persamaan regresi :

1. Konstanta = 1,003

Hasil konstanta menunjukkan nilai 1,003 yang menunjukkan bahwa nilai Harga, Label Halal, Kesadaran Halal, dan Tingkat Religiusitas semuanya konstan.

2. Koefisien $X_1 = 0,248$

Temuan koefisien X_1 menunjukkan pada ukuran Harga yang berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini

menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian akan menurun 0,248 meskipun Label Halal, Kesadaran Halal dan Tingkat Religiusitas masing-masing tetap konstan.

3. Koefisien $X_2 = 0,177$

Temuan koefisien X_2 menunjukkan pada ukuran Label Halal yang berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian akan menurun 0,177 meskipun Harga, Kesadaran Halal dan Tingkat Religiusitas masing-masing tetap konstan.

4. Koefisien $X_3 = 0,576$

Temuan koefisien X_3 menunjukkan pada ukuran Kesadaran Halal yang berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian akan menurun 0,576 meskipun Harga, Label Halal, dan Tingkat Religiusitas masing-masing tetap konstan.

5. Koefisien $X_4 = 0,227$

Temuan koefisien X_4 menunjukkan pada ukuran Tingkat Religiusitas yang berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian akan menurun 0,227 meskipun Harga, Label Halal, dan Kesadaran Halal masing-masing tetap konstan.

Berdasarkan perhitungan uji t, yaitu jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Untuk menentukan t_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik

dengan signifikansi 0,05 kemudian $df = n - k$ ($99 - 2$) = 97. Di dapat t tabel sebesar 1,661. Selain itu, pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi adalah jika $sig. > 0,05$ maka H_0 diterima, jika $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak.

Berdasarkan tabel uji t didapatkan data sebagai berikut :

1. Variabel Harga memiliki signifikansi sebesar $0,11 > 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $2,602 > t_{tabel}$ 1,661 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel Label Halal memiliki signifikansi sebesar $0,290 > 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $1,065 < t_{tabel}$ 1,661 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Label Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel Kesadaran Halal memiliki signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $3,935 > t_{tabel}$ 1,661 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Variabel Tingkat Religiusitas memiliki signifikansi sebesar $0,30 > 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $2,200 > t_{tabel}$ 1,661 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Tingkat Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji simultan atau Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$, suatu data dinyatakan berpengaruh signifikansi

apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas kesalahan kurang dari 5% ($p < 0,05$).

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	738,018	4	184,504	32,088	,000 ^b
	Residual	540,487	94	5,750		
	Total	1278,505	98			

Berdasarkan tabel hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar $32,298 > 3,53 F_{tabel}$ dengan angka signifikansi (p value) $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima artinya semua variabel independen harga, label halal, kesadaran halal dan tingkat religiusitas secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian variabel dependen.

Uji koefisien determinan dipakai untuk melakukan uji seberapa besar dampak factor bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependen).

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,944 ^a	,891	,886	2,214

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X2, TOTAL_X3

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Analisis perhitungan menghasilkan nilai Adjusted R-square senilai 0,886 atau 88,6%. Hal ini memperlihatkan bahwa statistic variabel bebas, harga, label halal, kesadaran halal dan tingkat religiusitas hanya dapat menjelaskan varians sebesar 88,6%

dan 11,4% terpengaruh dari factor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Halal di Street Food Keong rebus Padangsidimpuan Variabel Harga memiliki signifikansi sebesar $0,11 > 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $2,602 > t_{tabel}$ 1,661 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Hesti Ratnaningrum (2016) dan Yuwan Soelistio (2016) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal di street food keong rebus Padangsidimpuan.

2. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Halal di Street Food Keong rebus Padangsidimpuan Variabel Label Halal memiliki signifikansi sebesar $0,290 > 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $1,065 < t_{tabel}$ 1,661 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Label Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Ahmad Izuddin (2018) dan Nicky Oktaviani (2019) yang menunjukkan bahwa label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan halal di

street food keong rebus Padangsidimpuan.

3. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Halal di Street Food Keong rebus Padangsidimpuan. Variabel Kesadaran Halal memiliki signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $3,935 > t_{tabel}$ 1,661 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Budi Suryowati (2020) dan Nikmatul Rohmah (2020) yang menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal di street food keong rebus Padangsidimpuan.

4. Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Halal di Street Food Keong rebus Padangsidimpuan. Variabel Tingkat Religiusitas memiliki signifikansi sebesar $0,30 > 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $2,200 > t_{tabel}$ 1,661 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Tingkat Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Nurhasanah (2020) dan Indri Wahyuni (2020) yang menunjukkan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian makanan halal di street food keong rebus Padangsidempuan.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan merupakan kristalisasi Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditariki kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal di street food keong rebus Padangsidempuan.
- b. Variabel label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan halal di festival food keong rebus Padangsidempuan.
- c. Variabel kesadaran halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal di festival food keong rebus Padangsidempuan.
- d. Variabel tingkat religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian makanan halal di festival food keong rebus Padangsidempuan.

5. DAFTAR PUSTAKA

Aditya Tamara. 2021. Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera) Skripsi Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gela. Skripsi.

Alfian, Ian, And Muslim Marpaung. 2017. "Analisis Pengaruh Label Halal, Merk Dan Harga Terhadap Keputusan

Di Kota Medan." *At-Tawassuth* 2 (1): 122–45.

Ambali, Abdul Raufu, And Ahmad Naqiyuddin Bakar. 2014. "People's Awareness On Halal Foods And Products: Potential Issues For Policy-Makers." *Procedia - Social And Behavioral Sciences* 121 (September 2012): 3–25. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>.

Arviana, P. 2020. "Pengaruh Religiusitas Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Daging Olahahan (Studi Pada Konsumen Muslim Nadia Food Supplies Makassar)." <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/18187/>.

Assauri, Sofian. 1996. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press.

Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Berapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi Dan Analisis Data Dengan Spss*. Yogyakarta: Deepublish.

Hardana, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kecil Di Kota Padangsidempuan Dan Kabupaten Tapanuli Selatan. *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 4(1), 129. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v4i1.886>

Hardana, A., & Damisa, A. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha Umkm Kuliner. *Medani: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 16–22.

Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Pt. Bsi Cabang Padangsidempuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2).

- Hasibuan, A. N. (2023). Pengembangan Konsep Akuntansi Islam. Prenada Media.
- Hasibuan, A. N., Lubis, A. F., Hasyim, S., & Sadalia, I. (2017). Effects Of Auditor Quality On Market-Based And Accounting-Based Financial Statement Quality And Its Impacts On Economic Consequences (A Case On Indonesia Capital Market).
- Hasibuan, A. N., & Nofinawati, N. (2021). Understanding Padangsidimpuan City Community In Recognizing And Understanding Sharia Banking Products. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 9(2), 206-219.
- Harahap, A. H., Hasibuan, A. N., & Hardana, A. (2021). Analisis Laba Terhadap Kemampuan Membayar Zakat Bank Muamalat. *Journal Of Islamic Social Finance Management*, 2(2), 237-249.
- Hasibuan, A. N. (2018). Konsep Pemasaran Islam Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Di Kabupaten Tapanuli Selatan. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 6(2), 19-30.
- Hassan, Shahizan, Siti Zaleha Ahmad Nadzim, And Norshuhada Shiratuddin. 2015. "Strategic Use Of Social Media For Small Business Based On The Aida Model." *Procedia - Social And Behavioral Sciences* 172: 262–69. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.363>.
- "Keong Rebus Jadi Tujuan Pengunjung." N.D. <https://sumsel.antaranews.com/amp/berita/310881/pasar-dadakan-kambang-iwak-jadi-tujuan-pengunjung>.
- Koesoemaningsih, Rachmawati. 2013. "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Pendidikan Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi Oleh." 13 (2): 14–15.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Melpiana, Evi, And Ajat Sudarajat. 2022. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty." *Management And Accounting Expose* 5 (1). <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>.
- Qhardawi, Yusuf. 2017. "Halal Dan Haram Islam." *Era Intermedia*.
- Rohmah, Nikmatul. 2020. "Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Luwak White Coffie pada Masyarakat Desa Danau Kecamatan Pelepat Ilir Kabupaten Bungo." *Molecules* 2 (1): 1–12. <http://klik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation%0ahttp://www.scirp.org/journal/doi.aspx?doi=10.4236/as.2017.81005%0ahttp://www.scirp.org/journal/paperdownload.aspx?doi=10.4236/as.2012.34066%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.pbi.201>
- Rosleny Marlioni. 2013. "Hubungan Antara Religiusitas Dengan Orientasi Masa Depan Bidang Pekerjaan Pada Mahasiswa Tingkat Akhir." *Jurnal Psikologi Uin Sultan Syarif Kasim Riau* 9 (Desember): 130–37.
- Rosmitha, Siti Nurma. 2017. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet dalam Perspektif Ekonomi Islam," 1–14. http://repository.radenintan.ac.id/3147/1/Skripsi_Full_Siti_Nurma.Pdf.
- Santosa, R. Ery Wibowo Agung, And Andwiani Sinarasri. 2015. "Analisis Religiusitas, Pemahaman Produk Dan Sistem Pembiayaan Syariah Dengan Sikap Pengusaha." *The 2nd University Research Colloquium (Urecol)*.

- Siregar, B. G., & Hardana, H. A. (2022). Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis. Merdeka Kreasi Group.
- Subianto, Totok. 2007. "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 3: 165–82.
- Sugiono. 2012. *Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Suryani, Hendri. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Suryowati, Budi, And Nurhasanah. 2020. "Label Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal." *Jurnal Komplexitas* IX (11): 12–25. [Http://Ejurnal.Swadharma.Ac.Id/Index.Php/Kompleksitas/Article/View/17](http://ejournal.swadharma.ac.id/index.php/kompleksitas/article/view/17).
- Wahyuni, Indri, Sutarno, And Rully Andika. 2020. "Hubungan Tingkat Religiusitas Dengan Tingkat Kecemasan Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Kesehatan Al-Irsyad* 13 (2): 131–44. [Http://E-Jurnal.Stikesalirsyadclp.Ac.Id/Index.Php/Jka/Article/View/114](http://ejournal.stikesalirsyadclp.ac.id/index.php/jka/article/view/114).