

Analisis Kesadaran Konsumen Terhadap Labelisasi Halal Pada Makanan Instan Korea Bagi Mahasiswa Universitas Ibn Khaldun

Jilan Ashla Sayyidah¹, M. Kholil Nawawi², Nurman Hakim³

¹Universitas Ibn Khaldun Bogor, Bogor, Indonesia

^{2,3}Universitas Ibn Khaldun Bogor, Bogor, Indonesia
Jilanashlas@gmail.com

Abstract: *Choosing halal food and drinks is an obligation for every Muslim. This applies in everyday life, including paying attention to the halal status of a product that will be consumed, one of which is by checking the halal information of the product on the packaging label. This study aims to determine the level of awareness of Ibn Khaldun University students towards Halal labeling in Korean instant food. The sample used in this study were 100 students of Ibn Khaldun University Bogor City. The method used in this study is quantitative by using data analysis techniques, namely univariate analysis techniques or commonly called descriptive statistical analysis techniques to determine and describe the data from the respondent's answer to the statement in answering the questionnaire. The results of this study indicate that students/female students as consumers of Korean instant food products have a high awareness or enter into a good category of halal labeling on the instant food.*

Keywords: *Awareness, Label, Halal, Foods, Korean Instant.*

Abstrak: Memilih makanan dan minuman yang halal merupakan kewajiban bagi setiap umat islam. Hal ini berlaku di dalam kehidupan sehari-hari, termasuk memperhatikan status kehalalan suatu produk yang akan dikonsumsi, salah satunya adalah dengan cara memeriksa informasi kehalalan produk pada label kemasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesadaran mahasiswa-mahasiswi Universitas Ibn Khaldun terhadap labelisasi Halal pada makanan instan Korea. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa/mahasiswi Universitas Ibn Khaldun Kota Bogor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data, yaitu teknik analisis univariat atau biasa disebut dengan Teknik analisis statistik deskriptif untuk mengetahui dan menggambarkan data dari jawaban responden atas pernyataan dalam menjawab kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa/mahasiswi sebagai konsumen produk makanan instan Korea memiliki kesadaran yang tinggi atau masuk ke dalam kategori baik akan labelisasi halal pada makanan instan tersebut.

Kata Kunci: Kesadaran, Label, Halal, Makanan, Instan Korea.

PENDAHULUAN

Makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang diperlukan setiap saat dan memerlukan pengolahan yang baik dan benar agar bermanfaat bagi tubuh. Artinya makanan adalah hal yang masuk ke dalam tubuh manusia. Apa yang kita makan, menentukan seperti apa kita nantinya, bahkan dapat memengaruhi sifat dalam diri kita. Halal atau haramnya makanan yang kita makan akan menciptakan diri kita seperti apa yang kita makan. Memilih makanan dan minuman yang halal merupakan kewajiban bagi setiap umat islam. Hal ini berlaku di dalam kehidupan sehari-hari,

termasuk memperhatikan status kehalalan suatu produk yang akan dikonsumsi, salah satunya adalah dengan cara memeriksa informasi kehalalan produk pada label kemasan. Beberapa tahun terakhir, *Korean style* atau *Korean lifestyle* sedang marak di Indonesia. Mulai dari gaya berpakaian, gaya rambut, cara berbicara, dan bahkan makanan. Kondisi masuknya budaya yang begitu pesat ini disebut juga dengan kata lain *Korean wave*. *Korean food* sendiri menjadi hal yang paling tinggi tingkat keminatannya bukan hanya kalangan *Kpopers* (sebutan untuk fans idol Korea) tetapi juga masyarakat umum Indonesia sangat meminati makanan Korea ini. Korea mengenalkan berbagai macam makanannya, seperti *kimchi*, *ramyeon budae jigae*, *tteobokki*, *corndog*, dan lain sebagainya, Makanan ini dibuat *instant* oleh Korea dan diekspor ke seluruh dunia. Sekarang kita dapat menemukannya pada super market atau toko online Indonesia dengan sangat mudah. Tetapi ternyata, banyak makanan *instant* Korea yang belum tersertifikasi halal MUI.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah menganalisis kesadaran konsumen terhadap labelisasi makanan instan Korea bagi mahasiswa Universitas Ibn Khaldun Kota Bogor, peneliti merumuskan masalah menjadi bagaimana tingkat pengetahuan halal pada mahasiswa Universitas Ibn Khaldun dan bagaimana tingkat kesadaran mahasiswa Universitas Ibn Khaldun Kota Bogor terhadap labelisasi makanan instan Korea produk *Shin Ramyun* dan *Gochujang Sajo*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesadaran mahasiswa-mahasiswi Universitas Ibn Khaldun terhadap labelisasi makanan instan Korea kategori mie instan dengan merk *Shin Ramyun*, dan kategori bumbu instan Korea *Gochujang Sajo*.

METODE

Pendekatan penelitian ada dua macamnya itu pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Pendekatan kuantitatif artinya informasi atau data yang disajikan berupa angka sedangkan pendekatan kualitatif informasi atau data yang disajikan berupa pernyataan (Fauziana, Sartika Putri: 2017). Peneliti menggunakan penelitian dengan metode kuantitatif. Dan penelitian ini menggunakan sumber data primer. Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer merupakan sumber data yang langsung diberikan datanya kepada pengumpul data atau peneliti (Fairus, F., & Syah, H. 2020). Data primer ini dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Peneliti menggunakan hasil kuesioner yang didapatkan dari jawaban responden mengenai topik penelitian sebagai data primer.

Untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel kesadaran halal, peneliti menguraikan jawaban responden terhadap masing-masing variabel dalam skala kuantitatif (skala 1 sampai dengan 5) berdasarkan nilai mean (rata-rata) setiap pernyataan. Peneliti mengelompokkan nilai mean berdasarkan interval kelas dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval Kelas} = \frac{5 - 4}{5}$$

Berdasarkan pada nilai interval kelas di atas, maka distribusi penilaian jawaban responden memiliki 5 rentang nilai yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1
Rentang Penilaian/Interval Kelas Jawaban Responden

No	Rentang	Kriteria
1	1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik/Sangat Buruk
2	1,81 - 2,60	Tidak Baik/Buruk
3	2,61 - 3,40	Cukup Baik
4	3,41 - 4,20	Baik
5	4,21 - 5,00	Sangat Baik

Sumber: Tejantara & Sukawati (2018)

Tabel 2
Data Penilaian Responden Pada Variasi Shin Ramyun

No	Indikator	Total Mean	Kategori
1.	Bahan Baku	4,07	Baik
2.	Kewajiban Agama	4,53	Sangat Baik
3.	Proses Produksi	3,9	Baik
4.	Kebersihan Produk	3,8	Baik
	Total	4,07	Baik

Tabel 3
Data Penilaian Responden Pada Variasi Gochujang Sajo

No	Indikator	Total Mean	Kategori
1.	Bahan Baku	4,13	Baik
2.	Kewajiban Agama	4,59	Sangat Baik
3.	Proses Produksi	3,87	Baik
4.	Kebersihan Produk	4,2	Baik
	Total	4,2	Baik

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling, yaitu suatu teknik pengambilan sumber data sampel untuk pertimbangan tertentu. (Sugiyono. 2017:85) Adapun kriteria-kriteria yang ditentukan oleh peneliti, yaitu

- a) Responden harus mahasiswa/I Universitas Ibn Khaldun Bogor.
- b) Beragama islam
- c) Pernah membeli produk instan Korea yang termasuk ke dalam kategori (Shin Ramyun, Gochujang Sajo).

Berdasarkan ketiga kriteria tersebut, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin, yakni dengan mengambil sampel menggunakan toleransi persamaan slovin sebesar 10%. Berikut ini adalah rumus slovin.

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

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir

Dalam tingkatan kesalahan (e) sebesar 10%, maka besarnya sampel minimal dapat mewakili penelitian ini adalah :

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

$$n = \frac{7.910}{1 + 7.910(0,1)^2} = 98,75$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin tersebut, besar sampel minimum adalah sebesar 98,75 atau dibulatkan menjadi 100 sampel/responden. Yang berarti total responden atau total sampel yang dibutuhkan adalah 100 orang.

Teknik analisis yang dipakai pada penelitian ini ialah Teknik analisis univariat, atau disebut juga dengan analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Menurut (Moh Nazir, 2005) Definisi operasional suatu variabel adalah definisi yang

diberikan kepada suatu variabel dengan memberi makna atau menentukan operasinya, atau juga dengan memberikan konsep abstrak untuk memudahkan pengukuran suatu variabel (Rossi Sanusi, 2009). Penelitian ini hanya menggunakan variabel independent, variabel independent menurut Sugiyono (2019:61) merupakan mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan Bagaimana tingkat pengetahuan halal mahasiswa Universitas Ibn Khaldun dapat dilihat dari data penilaian di atas, jawaban kuesioner responden pada tabel 2 dan 3 bahwa tingkat pengetahuan halal mahasiswa Universitas Ibn Khaldun sangatlah tinggi dengan total mean 4,07 untuk mahasiswa yang membeli produk A (Shin Ramyun) dan total mean 4,2 dengan kategori baik untuk mahasiswa yang membeli produk B (Gochujang Sajo) . Seperti yang sudah dijelaskan pada bab II kajian teori sub kesadaran halal , bahwa pengetahuan dibagi menjadi 6 (enam) tingkat, yaitu: 1) Tahu (know); 2) Memahami; 3) Aplikasi; 4) Analisis; 5) Sintesis; 6) Evaluasi. Melihat total mean yang berada dalam kategori baik, berarti mahasiswa/I Universitas Ibn Khaldun mengetahui, memahami, juga mengaplikasikan pengetahuan halalnya pada kehidupan sehari-hari.

a) Pembahasan Bagaimana tingkat kesadaran halal mahasiswa Universitas Ibn Khaldun terhadap labelisasi halal makanan instan Korea dengan produk *Shin Ramyun* dan *Gochujang Sajo*

1. Produk Shin Ramyun

Deskripsi data penilaian pada jawaban responden kuesioner mengenai variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 2. Berdasarkan pada data distribusi penilaian responden variasi *Shin Ramyun* di atas, dapat diketahui sebagai berikut:

- Indikator bahan baku memiliki nilai 4,07 yang termasuk ke dalam kategori baik pada variabel kesadaran halal, yang berarti responden setuju bahwa pernyataan dalam indikator bahan baku mempengaruhi kesadaran konsumen terhadap labelisasi halal pada makanan instan Korea.
- Indikator kewajiban agama memiliki nilai rata-rata tertinggi yakni pada 4,53 masuk kepada interval kelas nomor 5 yang berarti sangat baik. Responden menyetujui bahwa indikator kewajiban agama sangat mempengaruhi kesadaran halal pada makanan instan Korea.
- Indikator proses produksi memiliki nilai rata-rata 3,90 termasuk ke dalam kategori baik yang berarti mempengaruhi kesadaran halal pada labelisasi makanan Korea.
- Indikator terakhir, yaitu indikator kebersihan produk memiliki nilai rata-rata yang cukup tinggi juga, yakni 3,80 yang berarti masuk ke dalam kategori baik

Dapat dilihat bahwa responden konsumen makanan instan Korea (*Produk Shin Ramyun*) memiliki tingkat kesadaran yang sangat tinggi, dan dari keempat indikator di atas, indikator yang sangat mempengaruhi variabel kesadaran halal ini ialah kewajiban agama dengan nilai 4,53 dalam kategori *sangat baik*.

2. Deskripsi data penilaian pada jawaban responden kuesioner mengenai variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 3 Berdasarkan pada data distribusi penilaian responden variasi *Gochujang sajo* di atas, dapat diketahui sebagai berikut:

- Pada indikator pertama yaitu bahan baku, mendapatkan nilai 4,13 yang termasuk ke dalam kategori "baik" yang berarti kesadaran mahasiswa universitas ibn Khaldun dalam pengecekan bahan baku termasuk tinggi dan sangat berhati-hati.
- Kemudian pada indikator kedua yaitu kewajiban agama, indikator ini mendapatkan nilai yang sangat tinggi yakni 4,59 dan masuk ke dalam kategori sangat baik atau sangat positif. Yang berarti kesadaran mahasiswa Universitas Ibn Khaldun ini sangat mengedepankan aktifitas agama di setiap aspek kehidupan.
- Pada indikator ketiga, yakni proses produksi, indikator ini mendapatkan nilai yang cukup baik dengan nilai 3,87. Yang berarti kesadaran mahasiswa uika juga dipengaruhi oleh indikator proses produksi.
- Indikator keempat yaitu kebersihan produk, dalam indikator ini, kebersihan produk juga mendapatkan nilai baik di angka 4,2. Berarti mahasiswa uika ini juga sangat memperhatikan adanya kebersihan produk. Dan ini berarti indikator ini juga sangat mempengaruhi adanya kesadaran halal pada konsumen makanan instan Korea.

Dan pada pada kategori gochujang *sajo* juga, total mean paling tinggi ialah pada indikator kewajiban agama dengan total mean 4,59 yang berarti sangat baik

Telah dijelaskan bahwa sebanyak 12% atau 12 responden kuesioner penelitian yang mengonsumsi gochujang ber merk sajo, dapat dilihat bahwa hasil dari kesadaran mereka sangat tinggi. Pada indikator kewajiban agama mendapatkan rata rata dengan nilai 4,59 yang berarti dalam kategori sangat baik/ sangat tinggi. Namun sangat disayangkan karena gochujang sajo belum memiliki logo halal maupun sertifikat halal, kemudian gochujang merk sajo ini juga mengandung alkohol sebesar 0,15% yang berarti ini tidak lolos persyaratan sertifikasi halal karena melebihi batas toleransi kandungan alkohol yakni 0,5%. Seperti yang telah dijelaskan dalam Bab II Teori, bahwa fatwa MUI mentoleransi alkohol hanya sebesar 0,5% tidak lebih dari itu.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat tingkat kesadaran mahasiswa universitas ibn Khaldun Bogor terhadap labelisasi halal pada makanan instan Korea. Berdasarkan pada penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa.

1. Tingkat pengetahuan mahasiswa uika akan kehalalan ialah tinggi, dengan total mean 4,07 dengan kategori baik pada produk A (*shin ramyun*) makanan instan korea dan total mean 4,20 dengan kategori baik pada produk B (*Gochujang Sajo*) makanan isntan korea.
2. Tingkat kesadaran halal mahasiswa Universitas Ibn Khaldun ialah tinggi. Dapat dilihat pada data penilaian responden makanan instan Korea variasi *Shin Ramyun* yang tertera pada tabel 2 bahwa responden yang mengonsumsi makanan instan Korea kategori mie instan dengan merk *Shin Ramyun* memiliki total mean yang tinggi pada setiap indikatornya, pada indikator bahan baku, total mean yang di dapatkan adalah 4,07 yang berarti baik yang berarti mahsiswa sangat memperhatikan bahan baku yang terkandung pada produk A (*Shin Ramyun*), kemudian pada indikator kewajiban agama, total mean yang didapatkan sangatlah tinggi dengan nilai 4,53 yang berarti sangat baik, kemudian pada indikator proses produksi mendapatkan total mean 3,9 dan masuk ke dalam kategori baik, indikator yang terakhir yakni kebersihan produk dengan total nilai 3,8 masuk ke dalam kategori baik. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesadaran halal yang dimiliki mahasiswa Universitas Ibn Khaldun Bogor pada produk makanan instan korea varian Shin Ramyun adalah tinggi. Kemudian berdasarkan pada hasil skor kuesioner yang dapat dilihat pada tabel 3 pada varian *gochujang* dengan merk *Sajo*, konsumen kurang berhati-hati dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Karena gochujang dengan merk sajo ini belum memiliki sertifikat halal dan secara positif mengandung 15% alkohol di dalamnya, yang dimana ini tidak termasuk ke dalam toleransi kandungan alkohol sebesar 0,5% ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Namun dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 10 Tahun 2018 tentang Produk Makanan dan Minuman yang Mengandung Alkohol/Etanol, yang berbunyi "Produk makanan hasil fermentasi yang mengandung alkohol/etanol hukumnya halal, selama dalam prosesnya tidak menggunakan bahan haram dan apabila secara medis tidak membahayakan" (MUI, 2018) Dan seperti yang sudah di jelaskan pada deskripsi produk tentang bagaimana cara pembuatan gochujang dan bahan apa saja yang diperlukan, maka dapat diketahui bahwa hal ini sudah sesuai dengan fatwa MUI Nomor 10 tahun 2018 dan hukumnya halal dikonsumsi.

Kesadaran itu bersifat lambat sebab terkait dengan keterbatasan kapasitas baik dalam memori, perhatian selektif maupun sistem serial. Sedangkan ketaksadaran bersifat cepat dan paralel. Jadi ketika saat akan membeli produk instan Korea, ada 2 kemungkinan yang akan

dihadapi, pertama kesadaran akan label halal dan ketidaksadaran akan label halal. Di atas tertulis bahwa kesadaran bersifat lambat sebab terkait dengan keterbatasan kapasitas baik dalam memori, perhatian selektif maupun sistem serial, ini dimaksud dengan otak kita berpikir kebelakang, pengalaman atau pengetahuan mengenai hal hal yang telah kita pelajari, sesuai dengan metafora teater yang digambarkan oleh baars (1997), baars menggambarkan panggung teater merupakan panggung memori kerja, dan para aktor adalah isi dari pengalaman sadar (pikiran, images, sensasi), ini sebabnya mengapa kesadaran itu bersifat lambat, karena otak perlu berpikir sejenak dan menayangkan beberapa pengetahuan dan pengalaman. Sedangkan ketidaksadaran bersifat cepat dan parallel, karena ketidaksadaran seringkali bersifat spontan atau refleks.

Peneliti menyimpulkan bahwa, konsumen khususnya mahasiswa universitas ibn Khaldun yang mengonsumsi makanan instan Korea sudah memiliki pengetahuan halal yang sangat baik, namun lebih berhati hati dalam memilih makanan instan khususnya Ramyun atau mie instan dan makanan instan berbentuk bahan instan. Karena dapat dilihat bahwa konsumen lebih memperhatikan bahan yang terkandung dibandingkan dengan label halal yang tertera, dan memang dari beberapa hal yang peneliti amati, karena produk import rata-rata susah untuk mendapatkan label halal, masyarakat lebih memilih untuk melihat kandungan dan bahan bahan yang terdapat dalam produk tersebut dibanding mencari label halalnya.

REFERENSI

- Agmasari, S. (2021). *Pendiri Shin ramyun meninggal dunia*. <https://www.kompas.com/food/read/2021/04/04/171200075/pendiri-shin-ramyun-meninggal-sejarah-merek-mie-instan-nomor-1-di>
- Agus, P. A. (2017). Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 150–165. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2172>
- Angipora, M. (2018). *M O D U L Labeling & Packaging*. 5–28.
- Arsi, A. (2021). Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss. *Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss*, 1–8.
- Bulan, T., & Fazrin, K. (2017). Indikator Label Halal. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 729–739.
- Cahya, R. T., Diana, N., & Alrasyid, H. (2022). Analisis Pengaruh Halal Certification dan Halal Awareness Terhadap Minat Beli Produk Makanan Korinus Tok-Poki (Studi Pada Mahasiswa Muslim Pecinta Drama Korea). *Islamic Economics and Finance Journal*, 3(1), 1–13. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/view/17593/13307>
- FAK { JLTAS EKONOMI. (2020).
- Fathimah, F. (2017). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kebiasaan Memeriksa Label Halal Kemasan Pangan Pada Santriwati. *Darussalam Nutrition Journal*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.21111/dnj.v1i1.1020>
- Fauziah, Nofandi, R. A., Koewinarn, Atieqoh, S., Abadi, Z., & M, F. (2021). *Survie Sadar Halal*. 1–23. <http://cms.kemenag.go.id/storage/flm/files/shares/files/5>. SURVEI1 HALAL Genera.
- Haepyo Corp, S. (2008). *Sajo Haepyo Corp*. <https://sajo.tradekorea.com/>
- Hastjarjo, D. (2005). Sekilas Tentang Kesadaran (Consciousness). *Jurnal Buletin Psikologi*, 13(2), 79–90.
- Hidayatullah, M. S. (2020). Sertifikasi dan Labelisasi Halal Pada Makanan dalam Perspektif Hukum Islam

- (Perspektif Ayat Ahkam). *YUDISIA: Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam*, 11(2), 251. <https://doi.org/10.21043/yudisia.v11i2.8620>
- Ii, B. A. B., Halal, A. L., & Penjualan, P. (2009). *Tinjauan Pustaka Mengenai Labelisasi Halal*. 32–51.
- Iman, D., Zainul, K., & Kholid Mawardi, A. M. (2015). PENGARUH PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN KONSUMEN PADA PRODUK INTERNASIONAL (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 24(1)*, 1–9.
- Irrubai, M. L. (2021). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal*, 3(1), 17–26. <https://doi.org/10.15408/sd.v3i1.3794>
- Ishaq, & Prayoga, A. (2017). BERSERTIFIKAT HALAL (HALAL AWARENESS ON PURCHASE INTENTION OF Kesadaran Halal dalam Minat Beli Produk Kue yang Belum Bersertifikat Halal. *Prosiding Seminar Nasional Halal Awareness 2017, July*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30758.68162>
- Jusuf, J. B. K., & Raharja, A. T. (2019). Tingkat pengetahuan dan sikap mahasiswa program studi pendidikan olahraga Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur terhadap permainan tennis. *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, 15(2), 70–79. <https://doi.org/10.21831/jpji.v15i2.28301>
- Maharani, N., Handayani, T., & Priyatno, P. D. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Mie Samyang Halal Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 99–110. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.240>
- Maulana, A., Hidayawati, P. A., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Kompensasi dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Daros Siman Jaya. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.
- Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. (2014). UU No.33 Tahun 2014 (2014). *UU No.33 Tahun 2014, 1*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>
- MUI, M. U. I. (2018). Produk Makanan dan Minuman Yang Mengandung Alkohol/Etanol. *Mui*, 1–11.
- Mutmainah, L. (2018). The Role of Religiosity, Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v1i1.284>
- Nongshim. (2021). *Nongshim*. <https://eng.nongshim.com/>
- Nugraha, R., Mawardi, M. kholid, & Bafadhal, A. S. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(5), 113–120.
- Nugroho, W. A., & Anwar, M. K. (2020). Hubungan Religiusitas Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Non Makanan Dan Minuman. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 13–25. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p13-25>
- Pencantuman, P., Halal, L., & Kemasan, D. (2013). *Pentingnya Pencantuman Label Halal Dalam Kemasan*.
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2020). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33. <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922/3384>
- Rossi Sanusi. (2009). Penelitian Replikasi (1). *Wordpress*, 45–49. [https://repository.ub.ac.id/id/eprint/1235/7/BAB III.pdf](https://repository.ub.ac.id/id/eprint/1235/7/BAB%20III.pdf)
- S. Nevid, J. (2009). *Tentang Kesadaran: Konsepsi dan Aplikasi Psikologi* (Rizal (Ed.)). NUSAMEDIA.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Sudiro, A. A., Mujib, M. A., Subhi, M. I., Al, U., & Indonesia, A. (n.d.). *Pencantuman Label Halal Pada Produk Makanan Bagi Konsumen*.
- Sugiyono. (2018). Teknik Analisis Kualitatif. *Teknik Analisis*, 1–7. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>
- Sungkawaningrum, F. (2019). Eksplorasi peran perbankan syariah dalam memajukan industri halal di sektor makanan halal. *Eksplorasi Peran Perbankan.... Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman Vol. 5 No. 2 (2019) Pp. 32-17, 5(2)*, 32–48.