



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

PENGARUH KESADARAN HALAL DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MAKANAN INSTAN PRODUK LUAR NEGERI PADA REMAJA SEKOLAH DI SMA ISLAM AS SHOFA PEKANBARU



Oleh:

REYSI PATRICIA
12080327467

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM STUDI GIZI
FAKULTAS PERTANIAN DAN PETERNAKAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2025

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SKRIPSI

PENGARUH KESADARAN HALAL DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MAKANAN INSTAN PRODUK LUAR NEGERI PADA REMAJA SEKOLAH DI SMA ISLAM AS SHOFA PEKANBARU



Oleh:

REYSI PATRICIA
12080327467

**Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk mendapatkan Gelar Sarjana Gizi**

**PROGRAM STUDI GIZI
FAKULTAS PERTANIAN DAN PETERNAKAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2025**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri pada Remaja Sekolah di SMA Islam As Shofa Pekanbaru

Nama : Reysi Patricia

NIM : 12080327467

Program Studi : Gizi

Menyetujui,
Setelah diuji pada Tanggal 29 Desember 2025

Pembimbing I


Dr. Tahir Aulawi, S. Pt., M.Si
NIP. 19740714 200801 1 007

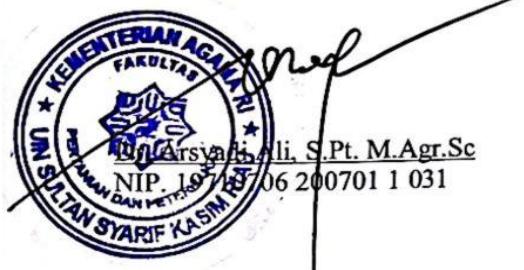
Pembimbing II


Yanti Ermalia, Dietisien, M.P.H
NIP. 19850615 201903 2 007

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Pertanian dan Peternakan

Ketua,
Program Studi Gizi



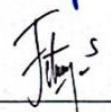

Sofya Maya, S.Gz., M.Si
NIP. 19900805 202012 2 020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan tim penguji ujian Sarjana Gizi pada Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan dinyatakan lulus pada Tanggal 29 Desember 2025

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Sofya Maya, S.Gz.,M.Si	KETUA	
2.	Dr. Tahrir Aulawi, S.Pt., M.Si	SEKRETARIS	
3.	Yanti Ermalia, Dietisien., M.P.H	ANGGOTA	
4.	Dr. Irdha Mirdhayati, S. Pt., M. Si	ANGGOTA	
5.	Novfitri Syuryadi, S.Gz., M.Si	ANGGOTA	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reysi Patricia
NIM : 12080327467
Tempat/Tgl. Lahir : Bangkinang, 03 Mei 2002
Fakultas : Pertanian dan Peternakan
Prodi : Gizi
Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri pada Remaja Sekolah di SMA Islam As Shofa Pekanbaru.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulis skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas dengan hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, Desember 2025
Yang membuat pernyataan,



Reysi Patricia
12080327467

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya. Sholawat serta salam dikirimkan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah dengan nikmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Gizi di Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang sangat berjasa dalam hidup saya, Ayahanda Purn. Azwirizal dan Ibunda terhebat saya Netalia Ningsih. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan, pengorbanan, cinta, do'a, motivasi, semangat, nasihat, dan juga tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan hidup saya, kalian sangat berarti. Kedua saudara kandung saya, Delfi dan Muhamad Farel beserta seluruh keluarga besar saya. Terima kasih atas segala do'a, usaha, serta motivasi, materi dan moril untuk saya.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., SE., M.Si., Ak., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Dr. Restu Misrianti, S.Pt., M.Si. selaku Dekan I, Bapak Prof. Dr. Zulfahmi, S.Hut, M.Si., selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Deni Fitra, S.Pt., M.P., selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Sofya Maya, S. Gz., M.Si selaku Ketua Program Studi Gizi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Yanti Ernalia, Dietisien., M.P.H selaku Penasehat Akademik dan dosen Pembimbing II, terimakasih atas arahan dan motivasinya selama perkuliahan ini
- Bapak Dr. Tahir Aulawi, S. Pt. M.Si. selaku dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan, dorongan, masukan, dan kritik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

serta saran yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Ibu Dr. Irdha Mirdhayati, S. Pt., M. Si selaku dosen Pengaji I dan ibu Novfitri Syuryadi, S.Gz., M.Si. selaku dosen Pengaji II yang telah memberikan kritik dan sarannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dosen-dosen di Program Studi Gizi, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta wawasan dan bimbingan semasa perkuliahan.

Seluruh karyawan di Program Studi Gizi, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dan melayani setiap keperluan akademik saya selama perkuliahan.

10. Ananda Agsury Putra yang sudah menemani, memberikan dukungan, motivasi dan menghibur penulis dalam menyelesaikan tulisan ini. Sahabat terbaik Adawiyaturrahmah Syamsul, Sintha Bela Dwi Nuranita, Sonia Anuar dan seluruh teman-teman kelas B yang sangat saya sayangi, serta kawan-kawan seperjuangan di Prodi Gizi angkatan 2020, para kakak tingkat angkatan 2019, teman-teman KKN Desa Lalang Kabung, teman-teman PKL RSUD Bengkalis Kab. Bengkalis dan Puskesmas Rawat Inap Sidomulyo yang telah memberikan dukungan, semangat, dan kenangan indah selama masa perkuliahan.
11. Kepala Sekolah, pegawai dan siswa di SMA Islam As Shofa Pekanbaru yang membantu dalam penelitian dengan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran guna kelancaran tugas akhir skripsi ini.

Segala peran dan partisipasi yang telah diberikan mudah-mudahan Allah SWT membalas dengan imbalan pahala yang berlipat ganda. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, *Aamiin Ya Rabbalalamin.*

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, Desember 2025

Reysi Patricia



RIWAYAT HIDUP

Reysi Patricia dilahirkan di Bangkinang, pada Tanggal 03 Mei 2002. Lahir dari pasangan ayahanda Azwirizal dan Ibunda Netalia Ningsih, yang merupakan anak ke-2 dari 3 bersaudara. Masuk sekolah dasar di SDN 016 Suka Mulya dan tamat pada Tahun 2014. Tahun 2014 melanjutkan pendidikan ke sekolah lanjutan tingkat pertama di Pondok Pesantren Babussalam Pekanbaru tamat pada Tahun 2017. Tahun 2017 melanjutkan pendidikan ke SMA Islam As Shofa Pekanbaru, dan tamat pada Tahun 2020.

Tahun 2020 melalui jalur Mandiri diterima menjadi mahasiswa pada Program Studi Gizi Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bulan Juli sampai Agustus Tahun 2023 melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Lalang Kabung, Kecamatan Pelalawan, Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau.

Bulan September sampai dengan Oktober 2023 melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Gizi Masyarakat di Puskesmas Rawat Inap Sidomulyo. Bulan November sampai dengan Desember 2023 melaksanakan PKL Dietetik dan Gizi Institusi di RSUD Bengkalis. Penelitian dilaksanakan pada Bulan Maret 2025 di SMA Islam As Shofa. Dinyatakan lulus melalui sidang munaqasah pada Tanggal 29 Desember 2025.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul '**Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri pada Remaja Sekolah di SMA Islam As Shofa**'. Shalawat beriring salam tidak lupa disampaikan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa peradaban umat manusia ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Dr. Tahrir Aulawi, S.Pt, M.Si sebagai dosen Pembimbing I dan Ibu Yanti Ernalia, S.Gz, Dietisien, M.P.H sebagai dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, petunjuk dan motivasi sampai selesaiannya skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada rekan-rekan yang telah memberikan dukungan dan saran serta membantu penulis di dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini melainkan Allah SWT. Oleh sebab itu skripsi ini juga tidak luput dari kekurangan dan ketidak sempurnaan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua baik untuk masa kini maupun masa yang akan datang.

Pekanbaru, Desember 2025

Penulis

Reysi Patricia (12080327467)

Di bawah bimbingan Tahrir Aulawi dan Yanti Ernalia

INTISARI

Kesadaran merupakan kemampuan untuk memahami, merasakan, dan menjadi sadar akan suatu peristiwa atau benda-benda. Minat beli adalah sebuah perilaku konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan dalam menginginkan suatu produk. Kesadaran halal dan label halal dan minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja saat ini masih rendah. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja sekolah di SMA Islam As Shofa Pekanbaru. Penelitian menggunakan metode *observasional analitik* dengan pendekatan *cross sectional*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 81 responden dan menggunakan uji *chi-square*. Responden diberikan 2 kuesioner kesadaran halal dan label halal dan kuesioner pernyataan minat beli. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 47 responden (80%) memiliki kesadaran baik dan 34 responden (20%) memiliki kesadaran kurang. Terdapat 46 responden (57%) memiliki minat beli baik, dan 35 responden (43%) memiliki minat beli kurang. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan kesadaran halal dan label halal dengan minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja di SMA Islam As Shofa Pekanbaru, yang dibuktikan dengan analisis data menggunakan uji *chi square* didapatkan nilai *p value* 0,048 ($p<0,05$). Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh kesadaran halal dan label halal dengan minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja di SMA Islam As Shofa Pekanbaru. Hasil uji statistik *odds ratio* didapatkan nilai OR sebesar 5,3. Hal tersebut menunjukkan bahwa remaja yang mempunyai kesadaran halal dan label halal yang baik mempunyai peluang 5,3 kali lebih besar memilih minat beli konsumen makanan produk luar negeri dibandingkan dengan remaja yang memiliki kesadaran kurang. Kesimpulan terdapat pengaruh antara kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja di SMA Islam As Shofa Pekanbaru.

Kata kunci: kesadaran halal, label halal, makanan instan, minat beli.

THE INFLUENCE OF HALAL AWARENESS AND HALAL LABELS ON CONSUMER PURCHASE INTEREST IN FOREIGN INSTANT FOOD PRODUCTS AMONG SCHOOL STUDENTS AT AS SHOFA ISLAMIC HIGH SCHOOL PEKANBARU

Reysi Patricia (12080327467)

Under the guidance of Tahrir Aulawi and Yanti Ernalia

ABSTRACT

Awareness is the ability to understand, feel, and become aware of an event or object. Purchase intention is a consumer behavior that has a desire to buy or choose a product based on the experience of choosing, using and consuming or even wanting a product. Awareness of halal and halal labels and consumer purchasing interest in instant food products from abroad among teenagers are currently still low. The research aims to analyze the effect of halal awareness and halal labels on consumer purchasing interest in instant food products from abroad among teenagers at SMA Islam As Shofa Pekanbaru. The study used an analytical observational method with a cross-sectional approach. The sampling technique used purposive sampling of 81 respondents and used the chi-square test. Respondents were given 2 questionnaires on halal awareness and halal labels and a questionnaire on purchase intention. The results showed that 47 respondents (80%) had good awareness and 34 respondents (20%) had poor awareness. There were 46 respondents (57%) had good purchase intention, and 35 respondents (43%) had poor purchase intention. The results showed that there was a relationship between halal awareness and halal labels with the purchase intention of instant food consumers of foreign products among adolescents at As Shofa Islamic High School Pekanbaru. This was proven by data analysis using the chi-square test, which obtained a p-value of 0.048 ($p < 0.05$). The results showed that there was a significant influence between the influence of halal awareness and halal labels with the purchase intention of instant food consumers of foreign products among adolescents at As Shofa Islamic High School Pekanbaru. The odds ratio statistical test yielded an OR of 5.3. This indicates that adolescents with a high level of halal awareness and a good halal label are 5.3 times more likely to choose to purchase foreign food products compared to adolescents with less awareness. The conclusion is that there is an influence between halal awareness and halal labels on consumer interest in purchasing instant food products from abroad among teenagers at As Shofa Islamic High School, Pekanbaru.

Keywords: halal awareness, halal label, instant food, purchase intention

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	X
ABSTRAK	XI
DAFTAR ISI	XIII
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR GAMBAR	XVI
DAFTAR SINGKATAN	XVII
DAFTAR LAMPIRAN	XVIII
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Penelitian	4
1.3. Manfaat	5
1.4. Hipotesis	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Kesadaran	6
2.2. Konsep Label Halal	8
2.3. Manfaat Label Halal	11
2.4. Mekanisme Label Halal	13
2.5. Keputusan Pembelian.....	15
2.6. Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri	17
2.7 Hubungan Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri	19
2.8. Kerangka Pemikiran	21
III. METODE PENELITIAN	23
3.1. Waktu dan Tempat	23
3.2. Definisi Operasional	23
3.3. Metode Pengambilan Sampel	24
3.4. Populasi dan Sampel	24
3.5. Instrumen Penelitian	25
3.6. Pengolahan dan Analisis Data	26
3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	27
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Lokasi Penelitian	30
4.2 Karakteristik Responden	31
4.3 Kesadaran Halal dan Label Halal	33
4.4 Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri	38
4.5. Analisis Bivariat	44
V. PENUTUP	47
5.1. Kesimpulan	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.2. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	54

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR TABEL

Tabel

Halaman

2.1. Penelitian terdahulu tentang pengaruh kesadaran halal dan label halal terhadap minat Beli konsumen makanan instan produk luar negeri	20
3.1. Definisi Operasional	23
3.2. Indikator Kuesioner Tingkat Kesadaran Halal dan Label	26
3.3. Indikator Kuesioner Tingkat Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri	26
3.4. Hasil Uji Validitas	28
3.5. Hasil Uji Reliabilitas	29
4.1. Distribusi Frekuensi Karakteristik Jenis Kelamin	32
4.2. Distribusi Frekuensi Karakteristik Usia Remaja	32
4.3. Kategori Tingkat Kesadaran Halal dan Label halal	33
4.4. Skor Item Kesadaran Halal dan Label Halal	35
4.5. Tingkat Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri	38
4.6. Skor Item Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri	41
4.7. Hubungan Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri pada Remaja di SMA Islam As Shofa Pekanbaru	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.1. Keputusan Pembelian	16
2.2. Kerangka Pemikiran	22
4.1. SMA Islam As Shofa Pekanbaru	30

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR SINGKATAN

© Hak Cipta	Dilindungi Undang-Undang
BI	Bank Indonesia
BPJPH	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal
BPOM	Badan Pengawasan Obat dan Makanan
IPS	Ilmu Pengetahuan Sosial
JPH	Jaminan Produk Halal
IPK	Lembaga Pemeriksaan Halal
SPPOM	Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika
MUI	Majelis Ulama Indonesia
PAI	Pendidikan Agama Islam
PKn	Pendidikan Kewarganegaraan
SMA	Sekolah Menengah Atas
SPSS	<i>Statistical Program for Social Scince</i>
UKS	Usaha Kesehatan Sekolah
UU	Undang-Undang

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Surat Keterangan Telah Melakukan Riset	54
Surat Uji Etik	55
Surat Permohonan Menjadi Responden	56
<i>Informed Consent</i>	57
Kuesioner Penelitian	58
Dokumentasi	63

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pola kehidupan masyarakat seringkali mengikuti perkembangan terutama bidang pangan dan teknologi. Keduanya sangat berkaitan yang mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat dengan memastikan kualitas dan kebersihan makanan. Hal tersebut memunculkan alternatif yang lebih praktis yaitu makanan instan. Makanan instan ini tidak membutuhkan pengolahan yang lama atau bisa dikatakan lebih mudah disajikan secara langsung. Dibalik proses pembuatan makanan instan tetap menggunakan teknologi tinggi sehingga seringkali dipertanyakan halal haramnya (Paramitha dan Suryaningsih, 2021).

Pentingnya memperhatikan kehalalan dari setiap makanan dan minuman yang akan dikonsumsi tentu hal ini tidak lepas dari kesadaran halal dari dalam diri setiap konsumen. kesadaran halal ini biasanya ditujukan untuk mengetahui apa yang dikonsumsi terutama makanan dan minuman mengandung sesuatu yang diperbolehkan dan apa kandungan didalam produk tersebut dilarang atau tidak boleh digunakan, terutama bagi masyarakat yang beragama Islam. Labelisasi halal dapat diartikan sebagai pencantuman logo halal pada kemasan produk makanan guna meyakinkan konsumen bahwa produk yang dikonsumsi halal (Faridah, 2019). Peluang industri makanan halal ini telah menyebar di beberapa negara yang pada dasarnya sudah dipengaruhi oleh nilai- nilai Islam. Jumlah penduduk muslim di dunia diperkirakan terus meningkat. Hal tersebut membuat permintaan dan pengeluaran produk serta jasa yang berbasis halal juga terus tumbuh, terutama di sektor makanan dan minuman.

Menurut laporan *State of the Global Islamic Economy* 2022, total pengeluaran 1,9 miliar penduduk muslim untuk makanan dan minuman halal mencapai US\$1,27 triliun pada 2021. Nilainya naik 7% dibandingkan pada periode yang sama tahun sebelumnya. Pengeluaran untuk makanan halal diperkirakan terus naik dengan tingkat pertumbuhan majemuk tahunan (*compound annual growth rate/CAGR*) sebesar 7% pada 2022/2023 dan 2023/2024. Pengeluaran makanan halal pun diproyeksikan kembali naik 7,2% menjadi US\$1,67 triliun pada 2025. Adapun, nilai pengeluaran untuk makanan halal secara global merupakan yang terbesar dibandingkan produk halal lainnya pada 2021. Posisinya diikuti oleh sektor fesyen halal yang pengeluarannya mencapai US\$295 miliar (Ummah, 2023).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sertifikat halal merupakan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) yang menyatakan suatu produk sudah sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini dapat digunakan untuk pembuatan label halal. Komitmen Majelis Ulama Indonesia (MUI) secara terus-menerus melakukan penelitian dan selanjutnya memberikan label halal terhadap berbagai jenis makanan, kosmetik dan daging olahan yang beredar di masyarakat dalam berbagai kemasan secara kontinu terus dilaksanakan dalam upaya memberikan kepastian status makanan yang akan dikonsumsi dan produk kosmetik yang akan dipakai.

Berdasarkan data jumlah penduduk Indonesia pada 2022 yang beragama Islam (muslim) sebanyak 237,56 juta jiwa atau setara 86.7% dari total penduduk yang mencapai 275,77 juta jiwa dimana mencapai 12,30% dari populasi muslim dunia (Ummah, 2023). Perkembangan zaman yang terjadi ikut mempengaruhi sektor makanan dan konsumsi publik. Dalam persoalan kehalalan makanan, maka telah hadir di tengah masyarakat makanan-makanan yang berlabel halal. Labelisasi halal dan sertifikasinya adalah sesuatu yang sebenarnya tidak ada dimasa lampau, namun saat ini menjadi hal yang dianggap *urgent* dalam membangun keyakinan, kepercayaan dan kepastian material makanan yang dikonsumsi, terutama bagi seorang muslim, sebab Islam juga mengatur persoalan makanan dengan adanya aturan makanan halal dan haram (Bintoro dkk 2024).

Dilihat dari perspektif Islam, konsep halal merupakan hal yang vital bagi seorang muslim. Halal berarti diperbolehkan atau diijinkan dalam agama Islam. Oleh sebab itu, muslim akan mencari produk untuk dikonsumsi sesuai dengan ajaran agama yang telah diterima. Hal ini ditandai dengan banyaknya permintaan produk halal yang sudah memiliki sertifikat Halal di dunia (Lastfitriani dkk, 2024).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Istimewa

Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau

Bagi umat Islam, mengkonsumsi produk pangan yang halal merupakan suatu kebutuhan yang mutlak karena merupakan perintah dalam agama Islam, tidak hanya bersifat anjuran tapi merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan. Semakin berkembangnya zaman semakin banyaknya persoalan yang dihadapi umat Islam, salah satu persoalan yang cukup mendesak yang dihadapi oleh umat Islam adalah membanjirnya produk makanan dan minuman olahan, obat-obatan, serta kosmetik. Sejalan dengan ajaran Islam, umat Islam menghendaki agar produk-produk yang akan dikonsumsi tersebut dijamin kehalalan dan kesuciannya (Putri dkk 2023).

Untuk memperkuat industri halal di Indonesia terdapat lima strategi yakni pertama, peningkatan daya asing industri halal, daya saing dapat dilakukan melalui pemetaan sektor-sektor potensial yang dapat dikembangkan, seperti sektor makanan dan minuman, fashion, wisata, dan ekonomi digital. Kedua, sertifikasi diperlukan untuk memperluas akses pasar. karena itu, para pengambil kebijakan dan pelaku perlu bersama mendorong agar barang dan jasa yang dihasilkan memperoleh sertifikasi halal. Ketiga, koordinasi sekaligus sinergi kebijakan dan program antara pemerintah, BI dan lembaga terkait diperlukan untuk menjadikan ekonomi syariah sebagai sumber pertumbuhan ekonomi baru. Keempat, promosi diperlukan untuk memperkenalkan kepada publik bahwa gaya hidup halal bersifat universal. Dan terakhir, mengenai kerja sama antar pemangku kepentingan industri halal nasional dan internasional adalah juga prasyarat untuk membangun dan mengembangkan industri halal (Ummah, 2023).

Menurut penelitian Sunarsih (2019) sertifikasi halal secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap produk halal. Penelitian yang dilakukan oleh ahmad izzudin pada jurnalnya tahun (2018) yang berjudul Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“Beli Makanan Kuliner” mendapatkan hasil bahwa Kesadaran halal dan bahan makanan berpengaruh terhadap minat beli etapi label halal tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kesadaran halal dan label halal digunakan sebagai variabel pada penelitian ini karena kesadaran seorang konsumen dinilai dapat mempengaruhi minat beli seorang konsumen. Seseorang yang telah mengerti apa itu halal akan produk, Konsumen mulai mencari apa yang baik sekaligus bermanfaat bagi dirinya untuk dikonsumsi. Saat konsumen mulai sadar bahwa mengkonsumsi makanan halal itu penting bagi dirinya maka hal ini akan berdampak positif terhadap minat membeli produk halal (Rahma dkk, 2025).

SMA Islam As Shofa merupakan lembaga pendidikan yang memiliki struktur dan lingkungan yang mendukung untuk dilakukan penelitian akademik. Selain itu, pihak sekolah umumnya bersedia bekerja sama dalam kegiatan penelitian, baik dalam hal pemberian izin maupun keterlibatan siswa sebagai responden. SMA Islam As Shofa berada di lokasi yang mudah dijangkau oleh peneliti, baik dari sisi geografis maupun administratif, sehingga memudahkan dalam pelaksanaan survei dan pengumpulan data. Sekolah ini memiliki jumlah siswa yang cukup besar dan beragam latar belakang, sehingga data yang diperoleh akan lebih representatif dalam menggambarkan pola pikir dan perilaku konsumen remaja terhadap produk luar negeri. Siswa kelas 10 dan 11 biasanya memiliki pengalaman konsumsi yang cukup untuk memberikan data yang valid, namun belum terlalu terfokus pada persiapan ujian akhir seperti kelas 12 yang cenderung sibuk dengan studi dan persiapan kelulusan. Hal ini memungkinkan mereka lebih responsif dan fokus saat pengisian kuesioner.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja sekolah di SMA Islam As Shofa Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

13. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah dapat mengetahui grafik pengaruh kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja sekolah dan sebagai sumber referensi informasi terkait gambaran pengaruh kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja sekolah di SMA Islam As Shofa Pekanbaru.

14. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah terdapat pengaruh kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja sekolah di SMA Islam As Shofa Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kesadaran

Kesadaran adalah sebuah keahlian untuk menyadari, merasakan, dan memahami suatu objek dan peristiwa. Kesadaran merupakan konsep mengenai persepsi dan pemahaman tersirat mengenai suatu subjek atau peristiwa. Kesadaran halal dilihat dari apakah seorang Muslim mengerti atau tidak mengenai pengertian halal, bagaimana proses menyembelih yang benar, serta menjadikan konsumsi makanan halal sebagai prioritas (Abdul dkk, 2012).

Kesadaran atas sesuatu merupakan bagian dasar dari eksistensi manusia. di atas semuanya adalah kesadaran diri berarti sadar sebagai seorang individu dengan pikiran pribadi tentang keadaan sesuatu yang berhubungan dengan halal. Oleh karena itu, kesadaran halal dapat dikonseptualisasikan sebagai proses mendapatkan informasi dalam rangka meningkatkan tingkat kesadaran terhadap apa yang diperbolehkan bagi Muslim untuk dimakan, diminum, dan digunakan (Ambali dkk, 2014).

Kesadaran halal merupakan tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal. Kesadaran telah dihipotesiskan sebagai peran penting dalam menentukan minat untuk memilih. Rezai dkk (2012) menemukan dalam penelitian mereka bahwa kesadaran akan prinsip halal dan produk makanan halal ditentukan oleh sikap positif.

Menurut Abdul dkk (2012) faktor yang menjadi indikator kesadaran konsumen dalam memilih produk halal adalah bahan baku halal, kewajiban agama, proses produksi, kebersihan produk, serta pengetahuan produk halal internasional. Kesadaran halal akan suatu produk tidak hanya sebatas memahami produk yang terdapat di dalam negeri saja, lebih-lebih produk yang beredar di pasaran tidak hanya produk dari dalam negeri melainkan produk luar negeri pun telah banyak beredar di pasaran. oleh karena itu pengetahuan akan adanya produk yang berasal dari luar negeri menjadi salah satu indikator dalam kesadaran halal (Shaari dkk, 2010).

Menurut Hasan (2016) beberapa faktor utama yang memengaruhi kesadaran halal di kalangan konsumen antara lain adalah: 1) Pendidikan agama Islam memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk kesadaran halal. Semakin

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

baik pendidikan agama seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk memahami dan mengaplikasikan prinsip halal dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam memilih produk dan jasa 2) Informasi yang jelas mengenai produk halal, termasuk informasi mengenai bahan-bahan yang digunakan, cara produksi, serta proses sertifikasi halal, sangat penting untuk meningkatkan kesadaran halal di kalangan konsumen. Oleh karena itu, penting bagi produsen untuk memberikan informasi yang transparan dan mudah diakses mengenai status halal produk mereka.

3) Pengaruh sosial juga sangat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk halal. Dalam banyak kasus, keluarga atau komunitas Islam memiliki pengaruh yang besar dalam mengarahkan keputusan pembelian, terutama dalam masyarakat yang sangat religius. Oleh karena itu, kesadaran halal sering kali juga bersifat kolektif, di mana keputusan individu dipengaruhi oleh norma dan nilai-nilai yang berlaku di lingkungan sosialnya. 4) Ketersediaan produk halal di pasar menjadi faktor penting lainnya. Jika konsumen merasa kesulitan untuk menemukan produk halal, terutama di negara-negara dengan minoritas Muslim, mereka mungkin merasa terhambat dalam memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, distribusi produk halal yang lebih luas sangat penting untuk mendukung kesadaran halal di kalangan konsumen.

5) Globalisasi dan Produk Luar Negeri. Dalam konteks globalisasi, peredaran produk makanan dan minuman dari luar negeri semakin meningkat. Produk impor sering kali belum memiliki sertifikasi halal dari lembaga yang diakui, sehingga menimbulkan keraguan di kalangan konsumen Muslim. 6) Peran Pemerintah dan Lembaga Sertifikasi (MUI) atau Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran halal. Sosialisasi mengenai pentingnya sertifikasi halal, pengawasan terhadap produk beredar, serta penerapan regulasi yang ketat terhadap produsen merupakan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

Shaari dkk (2010) menekankan pentingnya pengetahuan konsumen terhadap asal-usul produk luar negeri dan proses produksinya. Kesadaran halal yang baik akan membuat konsumen lebih kritis dan selektif terhadap produk yang dikonsumsi, serta mendorong mereka untuk mencari informasi tambahan sebelum memutuskan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2. Konsep Label Halal

Label halal berfungsi sebagai penanda bahwa suatu produk atau layanan telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan oleh hukum Islam. Dalam terminologi Islam, halal berarti "diperbolehkan" atau "legal," yang merujuk pada segala hal yang tidak dilarang dalam agama Islam. Oleh karena itu, label halal pada suatu produk menunjukkan bahwa produk tersebut tidak mengandung bahan yang dilarang menurut ajaran Islam, seperti babi atau alkohol. Konsep halal ini tidak hanya diterapkan pada produk makanan dan minuman, tetapi juga pada produk-produk non-makanan seperti kosmetik, obat-obatan, dan barang-barang lainnya yang dapat digunakan atau dikonsumsi (Darmadi dkk, 2022).

Darmadi (2022) menjelaskan bahwa perkembangan label halal semakin pesat, tidak hanya di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim, tetapi juga di negara-negara non-Muslim. Globalisasi telah menyebabkan label halal menjadi simbol kualitas dan kepercayaan, bukan hanya terbatas pada pemenuhan hukum agama. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya permintaan produk halal di pasar internasional, yang semakin meluas di berbagai negara di dunia.

Prinsip utama dalam konteks Islam menetapkan kehalalan suatu produk adalah bebas dari unsur yang haram. Ini mencakup bahan baku dan proses yang digunakan dalam produksi. Oleh karena itu, produk yang akan diberi label halal harus menghindari penggunaan bahan haram seperti babi, darah, alkohol, atau bahan lainnya yang dilarang dalam hukum Islam. Prinsip ini diterapkan tidak hanya pada produk makanan dan minuman, tetapi juga pada kosmetik, obat-obatan, dan produk-produk non-makanan lainnya yang digunakan umat Islam (Adinugraha dkk, 2022).

Adinugraha dkk (2022) mengungkapkan bahwa selain pemilihan bahan baku, aspek kedua yang sangat penting dalam menilai kehalalan suatu produk adalah proses produksi. Proses produksi harus memperhatikan ketentuan syariat Islam, seperti pemisahan antara produk halal dan non-halal, serta penggunaan alat dan peralatan yang tidak terkontaminasi bahan haram. Ini sangat penting untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak tercemar oleh zat yang dilarang menurut ajaran agama Islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau

Salah satu aspek kunci dalam penerapan label halal adalah pengawasan yang ketat terhadap setiap tahap produksi. Pengawasan ini bertujuan untuk memastikan bahwa proses produksi mengikuti prinsip-prinsip syariat Islam secara konsisten. Dalam hal ini, penting untuk memastikan bahwa fasilitas produksi dipisahkan antara jalur produksi produk halal dan non-halal. Hal ini berlaku untuk berbagai industri, seperti industri makanan, kosmetik, dan farmasi, yang memerlukan pengawasan ketat untuk menjamin kehalalan produk akhir yang diproduksi (Umam dkk, 2024).

Umam dkk (2024) menekankan bahwa pengawasan tidak hanya di lakukan di tahap awal produksi, tetapi juga pada tahapan distribusi dan penjualan. Oleh karena itu, lembaga sertifikasi halal memiliki peran yang sangat penting dalam melakukan audit dan memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut memang halal. Proses ini menjadi semakin kompleks seiring dengan berkembangnya industri yang membutuhkan pemantauan terhadap penggunaan bahan baku dan peralatan yang dapat berpotensi mencemari produk.

Sertifikasi halal adalah proses formal yang digunakan untuk memberikan pengakuan bahwa suatu produk memenuhi standar halal yang ditetapkan oleh lembaga yang berwenang. Di Indonesia, lembaga yang memiliki kewenangan untuk memberikan sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Proses sertifikasi ini melibatkan pemeriksaan menyeluruh terhadap bahan baku, proses produksi, dan fasilitas produksi. Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut telah memenuhi kriteria syariat Islam yang ketat (Hasan, 2013).

Hasan (2013) menjelaskan bahwa meskipun proses sertifikasi halal sangat penting, tidak jarang ada tantangan yang dihadapi oleh produsen, terutama yang beroperasi di luar negara dengan mayoritas Muslim. Salah satu tantangan tersebut adalah pemahaman yang terbatas mengenai prinsip-prinsip halal, baik di kalangan produsen maupun konsumen. Oleh karena itu, pendidikan dan pelatihan mengenai proses sertifikasi halal menjadi sangat penting untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ada.

Label halal semakin penting di pasar global, seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap produk halal, baik dari konsumen Muslim maupun non-Muslim. Produk halal dianggap lebih aman dan lebih terjamin kualitasnya,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terutama dalam hal kebersihan dan keamanan. Hal ini menyebabkan banyak produsen di berbagai negara, bahkan yang bukan negara mayoritas Muslim, mulai mencari sertifikasi halal untuk menembus pasar internasional yang berkembang pesat (Najiatun dkk, 2019).

Najiatun dkk (2019) menjelaskan bahwa pasar produk halal tidak hanya terbatas pada produk makanan dan minuman, tetapi juga mencakup produk-produk lain seperti obat-obatan, kosmetik, dan perawatan pribadi. Label halal kini menjadi simbol kepercayaan yang tidak hanya diakui oleh konsumen Muslim, tetapi juga oleh konsumen dari berbagai latar belakang agama, yang menganggap produk halal lebih sehat dan lebih berkualitas. Sertifikasi halal membuka peluang besar bagi perusahaan untuk menjangkau pasar global yang lebih luas.

Implementasi label halal menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait dengan pemahaman yang berbeda mengenai konsep halal di berbagai negara. Di negara-negara non-Muslim, sering kali terdapat kesulitan dalam memahami persyaratan yang diperlukan untuk mendapatkan sertifikasi halal. Hal ini menyebabkan adanya ketidaksesuaian antara produk yang diinginkan konsumen dengan produk yang tersedia di pasar. Selain itu, proses sertifikasi halal juga membutuhkan biaya yang tidak sedikit, yang bisa menjadi hambatan bagi produsen kecil dan menengah (Rahma dkk, 2024).

Rahma dkk (2024) juga mencatat bahwa di beberapa negara, produsen dan konsumen mungkin tidak memiliki pemahaman yang cukup mendalam mengenai pentingnya sertifikasi halal. Oleh karena itu, edukasi yang lebih intensif mengenai pentingnya label halal dan cara memperoleh sertifikasi halal menjadi sangat penting untuk memastikan keberhasilan implementasi label halal di pasar global. Selain itu, pemerintah dan lembaga sertifikasi perlu menyediakan fasilitas yang lebih mendukung bagi produsen kecil untuk memperoleh sertifikasi halal dengan biaya yang lebih terjangkau.

Menurut Indraningsih (2023) label halal memberikan nilai tambah yang signifikan bagi produsen. Produk dengan label halal dapat menjangkau pasar yang lebih luas, terutama di negara-negara dengan populasi Muslim yang besar seperti Indonesia, Malaysia, dan negara-negara Timur Tengah. Di sisi lain, label halal juga dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global karena menunjukkan bahwa produk tersebut memenuhi standar internasional yang ketat.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2.3. Manfaat Label Halal

Sertifikat halal adalah fatwa MUI yang menyatakan kehalalan produk sesuai dengan syariat islam. Sertifikat halal diberikan pada produk pangan, obat-obatan dan kosmetika untuk melindungi konsumen khususnya umat muslim terhadap produk yang tidak halal. Sertifikat halal merupakan hak konsumen muslim mendapatkan perlindungan dari negara. Tujuan adanya logo sertifikat halal adalah memberikan perlindungan dan kepastian hukum atas hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal (Azzahra dkk, 2025).

Pencantuman label halal pada produk makanan dan minuman bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal. Label halal yang berada pada sebuah produk membuat konsumen merasa mendapatkan kepastian hukum akan produk yang dikonsumsi. Produk yang telah mendapatkan sertifikat halal bermakna bahwa produk tersebut telah sesuai dengan syariat islam. Konsumen muslim tidak akan memiliki rasa ragu dalam membeli sebuah produk, karena pada kemasan produk tersebut telah memiliki label halal dan menghindarkan para konsumen dari produk yang tidak halal (Aksamawanti, 2015).

Sertifikat halal tidak hanya memberikan manfaat perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen, tetapi juga meningkatkan nilai jual dari sebuah produk. Adanya sertifikat halal, para konsumen tidak akan ragu membeli produk yang diperdagangkan. Label halal memberikan kepastian hukum kepada konsumen muslim bahwa produk yang diperdagangkan telah halal sesuai syariat islam (Aksamawanti, 2015).

Halal dan haram beredar menurut perputaran perundang-undangan Islam secara umum, yaitu suatu perundang-undangan yang berdiri di atas landasan demi mewujudkan kebaikan untuk umat manusia dan menghilangkan beban yang berat serta mempermudah umat manusia. Tujuan pelaksanaan sertifikasi halal pada produk pangan, obat-obatan dan kosmetika adalah untuk memberikan Jaminan, kepastian dan hak-hak masyarakat dalam memperoleh produk halal yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari sehingga dapat memberikan ketentraman batin yang mengkonsumsinya. Sertifikat halal merupakan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh otoritas pemberi label halal melalui Lembaga Pengkajian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI), setelah melalui rangkaian asesmen yang menyatakan produk telah sesuai dengan syariat Islam (Tawwab dkk, 2024)

Sebagai bentuk tanggung jawab LPPOM-MUI selaku lembaga pemberi sertifikat halal di Indonesia, LPPOM-MUI menerapkan prinsip *zero tolerance* dimana status halal adalah harga mutlak yang tidak bisa ditawar, kehalalan harus mencapai kadar 100%. jika tidak memenuhi prinsip tersebut maka perusahaan wajib memberikan informasi sehingga konsumen muslim wajib menghindari. Pasal-pasal yang mendasari pelaksanaan Jaminan Produk Halal (UU No. 33 tahun 2014):

Pasal 1. Produk adalah barang dan jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Pasal 4. Produk yang masuk, beredar, dan di perdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Pasal 26 1. Pelaku Usaha yang memproduksi Produk dari Bahan yang berasal dari Bahan yang diharamkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 dan Pasal 20 di kecualikan dari mengajukan permohonan Sertifikat Halal. Pasal 26 2. Pelaku Usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mencantumkan keterangan tidak halal pada Produk.

Label halal memberikan dampak positif terhadap penguatan ekonomi halal nasional dan global. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk menjadi pusat industri halal dunia. Peningkatan jumlah produk bersertifikat halal akan memperluas ekspor ke negara-negara dengan permintaan tinggi terhadap produk halal, seperti Malaysia, Timur Tengah, dan Eropa. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya bermanfaat bagi konsumen, tetapi juga mampu meningkatkan daya saing industri nasional di pasar internasional.

Selain manfaat ekonomi, sertifikat halal juga mencerminkan etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan. Produsen yang secara konsisten menjaga kehalalan produknya menunjukkan komitmen terhadap integritas, transparansi, dan kepedulian terhadap nilai-nilai moral konsumennya. Prinsip zero tolerance terhadap pelanggaran halal sebagaimana diterapkan oleh LPPOM-MUI menjadi bentuk nyata dari upaya menjaga kepercayaan publik terhadap sistem

Hak Cipta MUI

Hak Cipta Islamic University of Suska Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4. Mekanisme Label Halal

Mekanisme sertifikasi halal di Indonesia diselenggarakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berada di bawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia. Sistem ini juga melibatkan lembaga pemeriksa (LPH) dan otoritas keagamaan yakni Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam proses evaluasi produk. Berdasarkan data terbaru, skema sertifikasi halal mengalami pembaruan dan penyederhanaan untuk mendukung pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) agar lebih mudah memperoleh sertifikat halal (Faridah, 2019).

Menurut Mohammad (2021) mekanisme sertifikasi dan pelabelan halal di Indonesia adalah: 1) Pengajuan Permohonan; tahap pertama adalah pelaku usaha melakukan pengajuan permohonan sertifikasi halal. Pengajuan dilakukan melalui portal resmi BPJPH atau sistem online yang ditetapkan. Pelaku usaha harus melengkapi dokumen seperti identitas usaha, produk, bahan baku, proses produksi, dan lainnya. Sesuai aturan, pelaku usaha mengisi formulir dan menyerahkan berkas ke BPJPH. Prosedur ini telah diperkuat oleh regulasi baru seperti Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2024 yang menyebutkan bahwa sertifikasi halal wajib untuk produk yang beredar di Indonesia.

2) Verifikasi Dokumen oleh BPJPH; setelah permohonan diajukan, BPJPH melakukan verifikasi terhadap dokumen yang diserahkan. Verifikasi ini mencakup pemeriksaan bahan baku, proses produksi, penggunaan peralatan, hingga sistem jaminan halal internal usaha. Dalam praktiknya, BPJPH telah menetapkan batas waktu (misalnya dokumen diverifikasi dalam 5 hari kerja) sebagaimana kebijakan umum yang disebut untuk mempercepat proses sertifikasi.

3) Penetapan dan Pengujian oleh LPH; BPJPH kemudian menetapkan lembaga pemeriksa halal (LPH) yang akan melakukan pengujian dan audit terhadap produk. LPH menjalankan pengujian laboratorium (jika diperlukan), audit proses produksi, pemeriksaan jalur produksi, serta memastikan tidak terjadi kontaminasi silang antara produk halal dan non-halal. Proses pengujian dan pemeriksaan oleh LPH bisa berlangsung hingga 40 hari kerja atau lebih panjang jika diperlukan, sampai maksimum sekitar 60 hari. (Angka ini berdasarkan pembahasan umum mekanisme yang telah berlaku).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) Sidang Fatwa MUI dan Penetapan Kehalalan; hasil pemeriksaan LPH selanjutnya disampaikan ke MUI melalui BPJPH untuk disidangkan dalam sidang fatwa halal. MUI menilai apakah produk sesuai dengan syariat Islam berdasarkan bahan, proses, peralatan, dan distribusi. Setelah sidang, MUI mengeluarkan keputusan kehalalan atau bahwa produk tersebut layak diberi sertifikat halal.
- 5) Penerbitan Sertifikat Halal oleh BPJPH; setelah keputusan MUI keluar, BPJPH menerbitkan sertifikat halal yang berlaku untuk produk yang telah dievaluasi. Sertifikasi ini menjadi dasar bagi pelabelan produk dengan logo halal Indonesia. Produk yang telah bersertifikat dapat menggunakan label halal resmi di kemasan dan distribusi. Sebuah regulasi terbaru (Surat Edaran/Peraturan BPJPH) juga mewajibkan bisnis untuk mempublikasikan status halal dan mencantumkan label halal resmi secara jelas di media digital dan kemasan produk.
- 6) Pelabelan, Publikasi dan Pengawasan; setelah sertifikat terbit, pelaku usaha wajib mencantumkan label halal resmi pada kemasan dan melakukan publikasi status halal produk di media daring atau sosial media sesuai ketentuan terbaru, seperti yang diatur dalam S E-BPJPH No. 7 Tahun 2025 tentang Publikasi Produk Halal. ET-Consultant BPJPH juga melakukan pengawasan untuk memastikan bahwa label digunakan sesuai aturan, serta melakukan penarikan produk atau sanksi bila ditemukan pelanggaran.
- 7) Skema Khusus untuk UMKM dan Mekanisme Self-Declaration; untuk mendukung pelaku usaha kecil, BPJPH telah membuka skema self-declaration (deklarasi mandiri) bagi UMKM yang memenuhi kriteria tertentu. Melalui skema ini, UMKM dapat memperoleh sertifikat halal dengan persyaratan yang lebih ringan, biaya yang lebih terjangkau atau gratis, dan proses yang lebih cepat. Pedoman terbaru dalam Decree No. 146 Tahun 2025 memberikan rincian kriteria dan daftar sektor usaha yang bisa menggunakan skema ini.
- 8) Waktu Penyelesaian dan Target Nasional; berdasarkan data, pemerintah menetapkan bahwa seluruh tahapan dari pengajuan hingga penerbitan sertifikat hak selesai dalam waktu maksimal sekitar tiga bulan untuk skema reguler. Namun, pelaku usaha UMKM melalui skema self-declaration bisa lebih cepat karena beberapa langkah disederhanakan. Misalnya, BPJPH telah menargetkan peningkatan jumlah produk bersertifikat halal hingga puluhan juta dan memperluas akses sertifikasi gratis untuk UMKM.

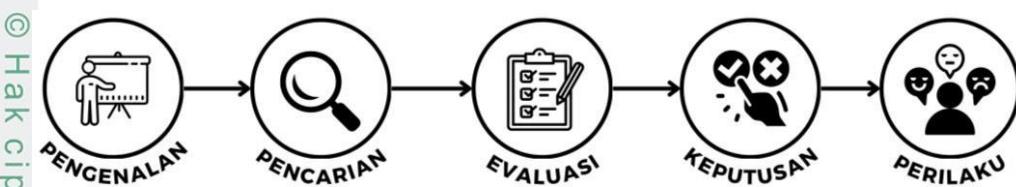
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

9) Regulasi dan Sanksi; dasar hukum utama adalah Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan PP 42/2024. Produk yang beredar di Indonesia wajib memiliki sertifikat halal atau mencantumkan keterangan tidak halal jika bahan utamanya berasal dari bahan haram. Pelaku usaha yang tidak memenuhi ketentuan dapat dikenai sanksi administratif atau pemblokiran produk. 10) Tantangan dan Perkembangan Terbaru; meskipun mekanisme sudah ada, terdapat tantangan signifikan: pemahaman pelaku usaha, kapasitas LPH dan laboratorium halal, serta biaya dan waktu untuk usaha kecil. Namun perkembangan terbaru menunjukkan bahwa BPJPH memperluas kerja sama internasional, memperkuat ekosistem halal, dan meningkatkan transparansi mekanisme sertifikasi. Contohnya, kerja sama dengan lembaga halal di luar negeri untuk memperluas pengakuan sertifikat dan akses pasar global.

2.5. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dkk (2012), mendefinisikan keputusan pembelian yaitu beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen, sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Menurut Setiawan dkk (2012) konsumen yang telah melakukan pilihan terhadap berbagai alternatif biasanya membeli produk yang paling diinginkan, yang membentuk suatu keputusan untuk membeli. Ada 3 faktor yang menyebabkan timbulnya keputusan untuk membeli, yaitu: 1. Sikap orang lain seperti tetangga, teman, orang kepercayaan, keluarga. 2. Situasi tak terduga seperti harga pendapatan keluarga manfaat yang diharapkan. 3. Faktor yang tak dapat diduga seperti faktor situasional yang dapat di antisipasi oleh konsumen. Pengambilan sebuah keputusan untuk membeli pada konsumen merupakan proses keterlibatan individu dalam rangka menkonsumsi suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Keterlibatan individu ini akan menghasilkan respon kognitif, yaitu menyadari dan mengetahui, respon afektif yaitu menyenangi dan memilih, selanjutnya menimbulkan respon konatif yaitu niat membeli dan perilaku membeli. Respon-respon yang dihasilkan tersebut akan melewati lima tahap, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif, keputusan membeli, dan perilaku pasca pembelian (Kusumawati dkk, 2014). Keputusan Pembelian dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Keputusan Pembelian (Kusumawati dkk, 2014)

Model lima tahap ini menampung seluruh cakupan pertimbangan yang muncul ketika konsumen menghadapi pembelian terutama pembelian baru dengan keterlibatan yang tinggi. Berdasarkan teori yang dikemukakan Weenas (2013) didapatkan tahap-tahap keputusan membeli sebagai berikut: 1. Pengenalan masalah konsumen bertindak secara tepat untuk melakukan perbedaan antara kebutuhan sekarang dengan kebutuhan yang diinginkan. 2. Pencarian informasi dan persepsi konsumen diperoleh dari berbagai sumber yang ada. Proses pencarian informasi meliputi beberapa tahap, antara lain pengenalan produk, atensi, pemahaman produk secara keseluruhan, ingatan pada memori dan mencari informasi tambahan. 3. Evaluasi terhadap alternatif pada proses evaluasi merek, konsumen mengevaluasi karakteristik dari berbagai merek dan memilih salah satu merek sesuai dengan keinginan konsumen. 4. Keputusan pembelian konsumen membeli produk sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam pelaksanaan membeli, konsumen menunjukkan beberapa perilaku seperti pemilihan tempat, penetapan waktu untuk membeli, dan kemampuan finansial. 5. Perilaku pasca pembelian setelah konsumen membeli produk maka konsumen akan melakukan evaluasi dengan memperlihatkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk yang dibeli.

Konsumen akan mencari informasi yang positif atau negatif tentang produk tersebut. Ketika konsumen telah menggunakan sebuah produk, mereka mengevaluasi kinerja di dasarkan pada harapan mereka. Ada tiga kemungkinan: pertama jika kinerja sebenarnya sama dengan yang diharapkan maka terjadi *neutral feelings*, kedua ketika kinerja melebihi harapan menyebabkan kepuasan dan ketika kinerja di bawah harapan terjadi ketidakpuasan (Kurniawan dkk, 2015).

Perasaan-perasaan itu akan membedakan apakah konsumen akan membeli kembali produk tersebut dan membicarakan hal-hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan tentang produk tersebut kepada orang lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**© Hak Cipta dilindungi undang-undang
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau**

Menurut Peter dkk (2010) yang dimaksud keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Definisi lain menurut Hasan (2016) keputusan pembelian adalah keputusan dalam memilih tindakan dari beberapa alternatif dalam membeli produk dan jasa yang akan dikonsumsi.

2.6. Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri

Minat beli didefinisikan sebagai kecenderungan atau sikap individu yang menunjukkan ketertarikan untuk membeli produk atau layanan tertentu dalam waktu yang dekat. Minat beli ini dapat bersifat jangka pendek atau jangka panjang tergantung pada konteks dan jenis produk. Minat beli lebih mengarah pada penilaian konsumen terhadap suatu produk yang dapat memengaruhi keputusan pembelian di masa depan. *Instant food* adalah makanan yang kandungan gizinya rendah, tetapi kaya dengan zat-zat yang tidak dibutuhkan oleh tubuh. Biasanya *instant food* yang ada di sekitar kita yaitu tinggi gula, sangat tinggi garam dan lemak. Selain itu, kandungan lainnya yang ada pada *instant food* sangat berbahaya seperti boraks, pewarna, pengawet, zat-aditif dan lain-lain. Bila dikonsumsi secara berlebihan akan berdampak fatal pada kesehatan tubuh. Beberapa masyarakat dikatakan bahwa remaja pada usia 15-21 tahun lebih menyukai *instant food*, hal ini terjadi akibat dari perkembangan teknologi dan gaya hidup serta budaya yang mengakibatkan perubahan perilaku konsumsi remaja, seperti. Dalam hal ini remaja ini mengetahui dari iklan di media sosial. Alasan mereka mengkonsumsi karena mudah disiapkan dan cepat untuk dimakan, serta harganya murah dengan harga sekitar Rp. 10.000 hingga Rp 15.000 (Simamora dkk, 2021).

Contoh makanan instan yang sering dikonsumsi adalah mi instan dengan kisaran harga Rp 2.500 hingga 20.000. Pada saat pagi hari dan malam hari mengkonsumsi *instant food* tersebut dikarenakan seperti yang dikatakan karena penyajiannya cepat. Di zaman yang serba canggih ini mendorong kita untuk berfikir atau bergerak cepat. Oleh karena itu sebagian masyarakat khususnya remaja memilih sesuatu yang serba cepat seperti dalam memilih makanan instan, baik dalam penyajiannya ataupun saat dimakan. Hanya dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hitungan menit makanan *instant food* siap di santap. Sebenarnya sesuatu yang instan itu tidak baik, tetapi itulah yang membuat *instant food* laris dipasaran. Orang akan berfikir kembali dalam membeli makanan yang lama saat dikejar oleh waktu. Efek samping dari mengkonsumsi mi instan jangka panjangnya yaitu menyebabkan kanker, obesitas, kerusakan organ dan lain-lain. Efek dari jangka pendek yaitu mengganggu sistem pencernaan karena sakit perut (Mentari, 2019).

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen di antaranya adalah: 1) Faktor psikologis mencakup kebutuhan, motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap produk. Teori hierarki kebutuhan Maslow (2017) menyatakan bahwa manusia memiliki kebutuhan dasar yang harus dipenuhi sebelum beralih kebutuhan yang lebih tinggi. Faktor ini akan memengaruhi apakah konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan, terutama jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka.

2) Pengaruh sosial dan budaya terhadap minat beli sangat kuat. Norma sosial, kelompok referensi, serta status sosial dapat membentuk preferensi dan minat beli konsumen. Konsumen sering kali dipengaruhi oleh orang-orang terdekat atau kelompok yang mereka anggap penting dalam memilih produk. Selain itu, budaya dan kebiasaan juga memainkan peran dalam menentukan produk apa yang dianggap menarik atau sesuai untuk dibeli (Solomon dkk, 2006).

3) Kondisi ekonomi juga dapat memengaruhi minat beli konsumen. Ketika kondisi ekonomi baik, daya beli konsumen meningkat, yang dapat meningkatkan minat beli terhadap produk-produk tertentu. Sebaliknya, pada saat resesi atau ketidakpastian ekonomi, minat beli cenderung menurun, terutama pada produk-produk yang dianggap sekunder atau mewah (Kotler dkk, 2018).

4) Iklan dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Menurut penelitian oleh Kotler dkk (2018), iklan yang dirancang dengan baik dapat menciptakan kesan yang kuat di benak konsumen, meningkatkan *brand awareness*, dan pada akhirnya mendorong konsumen untuk membeli produk. Promosi, seperti diskon atau penawaran khusus, juga dapat meningkatkan minat beli dengan memberikan insentif bagi konsumen untuk melakukan pembelian.

5) Penampilan fisik dan estetika produk juga memainkan peran penting dalam menarik minat beli. Produk yang didesain dengan menarik dan sesuai

dengan preferensi visual konsumen cenderung memiliki daya tarik yang lebih besar. Konsumen sering kali mengasosiasikan kualitas dengan desain produk, yang dapat memperkuat minat beli mereka (Simamora dkk, 2021).

Terdapat berbagai teori yang menjelaskan fenomena minat beli di antaranya: 1) Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*) Teori ini berfokus pada bagaimana individu membuat keputusan pembelian dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Dalam konteks minat beli, teori ini menjelaskan bahwa konsumen akan membeli produk berdasarkan evaluasi mereka terhadap keuntungan, risiko, dan nilai yang diperoleh dari produk tersebut (Motherbaugh, 2010). 2) Teori Pengambilan Keputusan Konsumen (*Consumer Decision-Making Theory*) Menurut teori ini, minat beli adalah tahap awal dari proses pengambilan keputusan konsumen. Konsumen terlebih dahulu akan menunjukkan minat terhadap produk, yang kemudian diikuti dengan evaluasi alternatif dan akhirnya pengambilan keputusan untuk membeli produk tersebut (Kotler dkk, 2018).

2.7. Hubungan Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri

Kesadaran halal merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan beli konsumen Muslim. Produk makanan instan, terutama yang berasal dari luar negeri, sering kali menjadi perhatian utama konsumen Muslim karena mereka ingin memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan. Produk yang tidak memiliki sertifikat halal atau tidak jelas asal usul proses produksinya dapat menurunkan minat beli. Sebaliknya, konsumen cenderung lebih memilih produk yang sudah terjamin kehalalannya (Alam dkk, 2011).

Kepercayaan terhadap merek asing juga berperan besar dalam mempengaruhi minat beli konsumen Muslim. Merek luar negeri yang sudah memiliki reputasi sebagai produk halal atau sudah mendapatkan sertifikasi halal dari lembaga yang diakui oleh negara asalnya cenderung lebih diterima oleh konsumen. Kepercayaan yang tinggi terhadap merek ini akan mendorong minat beli, meskipun produk tersebut berasal dari luar negeri (Syam dkk, 2025).

Produk makanan instan dari luar negeri yang menonjolkan sertifikasi halal sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka dapat memperoleh keunggulan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kompetitif di pasar yang mayoritas konsumennya Muslim. Hal ini akan menarik minat beli konsumen yang lebih peduli terhadap status halal suatu produk. Selain itu, produk yang memiliki sertifikasi halal dianggap lebih aman dan sesuai dengan nilai-nilai agama, yang menjadi pertimbangan utama konsumen Muslim dalam memilih produk (Azis dkk, 2024). Penelitian terdahulu tentang pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja dapat di lihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu tentang pengaruh kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja

Nama Penulis	Tahun	Nama Jurnal	Judul	Hasil
Savitri Hendradewi, Amalia Mustika dan Anis Darsiah	2021	Jurnal Ilmiah Pariwisata	Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Minat Beli Mie Instan Korea pada Remaja Sekolah di Jakarta	Kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli mie instan Korea pada remaja sekolah di Jakarta, Sedangkan label halal tidak berpengaruh signifikan. Remaja lebih terpengaruh oleh kecintaan terhadap budaya Korea dibandingkan label halal, walaupun mereka tetap memahami pentingnya mengonsumsi makanan halal.
Rahmat Robbi Rektiansyah dan Ilmiawan Auwalin	2022	Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan	Analisis Dampak Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Niat Beli Mie Instan Korea pada Remaja di Sumenep Melalui Sikap	Kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap sikap, tetapi tidak langsung terhadap niat beli. Label halal berpengaruh signifikan terhadap niat beli, namun tidak terhadap sikap. Sikap berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Secara tidak langsung, kesadaran halal memengaruhi niat beli melalui sikap, sedangkan label halal tidak.
Kanzani Makhfiyyani, Meidyna Syafa Maura, Maula Syarif Hidayatullah	2025	JCM (Jurnal Cendekia Manajemen)	Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Religiosity terhadap Keputusan Pembelian Makanan Instan Korea melalui Minat Beli (Studi Kasus Konsumen Gen Z Muslim/ah)	Label halal berpengaruh langsung terhadap minat beli. kesadaran halal dan religiusitas tidak berpengaruh langsung terhadap minat. Label halal, kesadaran halal, dan religiusitas berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian. Minat beli memediasi pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian, tetapi tidak memediasi pengaruh kesadaran halal dan religiusitas.
Rena Septiana, Dafiar Syarif, Alex Wissalam Bustami dan Muhammad Aunurrochim bin Mas'ad saleh Adik Nuryamah dan Siti Marliah	2024	Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam	Pengaruh Analisis Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Membeli Produk Mie Samyang bagi Remaja di Wilayah Kabupaten Kerinci	Label halal berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian mie Samyang di Kabupaten Kerinci. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh gabungan label halal dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 19,2%.
	2024	JKSP- ALMATAMA	Pengaruh Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal, dan Komposisi Produk Mi Samyang yang Terdaftar BPOM RI terhadap minat beli.	Kesadaran halal, sertifikasi halal, dan komposisi produk masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Mi Samyang. Uji simultan menunjukkan ketiga variabel secara bersama-sama sangat berpengaruh terhadap minat beli.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nama Penulis	Tahun	Nama Jurnal	Judul	Hasil
Tri Murhanjati Sholihah	2020	Jurnal Ekonomi Pengetahuan dan Manajemen Makanan Halal untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Halal pada Siswa Tata Boga	pada Masyarakat RW 04 Desa Jatimulya Tangerang	Pengetahuan tentang makanan halal, sertifikasi halal, dan kesadaran halal dapat meningkatkan minat beli produk halal pada siswa SMK Tata Boga. Sertifikasi halal dan kesadaran halal memiliki pengaruh positif terhadap minat beli, sementara kualitas makanan terkadang tidak berpengaruh positif.

2.8. Kerangka Berpikir

Kesadaran halal merujuk pada pemahaman konsumen terhadap pentingnya memilih produk yang sesuai dengan prinsip halal dalam Islam. Faktor ini berperan penting dalam keputusan pembelian produk makanan, terutama di kalangan remaja sekolah yang cenderung sensitif terhadap nilai-nilai agama dan kesehatan. Kesadaran halal dapat meningkatkan kehati-hatian dalam memilih produk, terutama produk makanan instan dari luar negeri yang mungkin belum jelas status kehalalannya. Label halal merupakan salah satu indikator fisik yang dapat dilihat langsung oleh konsumen pada kemasan produk (Putra dkk 2024).

Keberadaan label halal resmi yang diakui, seperti dari lembaga sertifikasi halal, memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut sesuai dengan standar halal yang diharapkan. Minat beli adalah kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk berdasarkan faktor internal dan eksternal. Dalam konteks ini, minat beli dipengaruhi oleh tingkat kesadaran halal serta kepercayaan terhadap label halal (A'yuni dkk, 2022)

Di zaman yang serba canggih ini mendorong kita untuk berpikir atau bergerak cepat. Oleh karena itu sebagian masyarakat khususnya remaja memilih sesuatu yang serba cepat seperti dalam memilih makanan instan, baik dalam penyajiannya ataupun saat dimakan. Hanya dalam hitungan menit makanan *instant food* siap di santap. Sebenarnya sesuatu yang instan itu tidak baik, tetapi itulah yang membuat *instant food* laris dipasaran. Orang akan berpikir kembali dalam membeli makanan yang lama saat dikejar oleh waktu. Efek samping dari mengkonsumsi mi instan jangka panjangnya yaitu menyebabkan kanker, obesitas, kerusakan organ dan lain-lain. Efek dari jangka pendek yaitu mengganggu sistem pencernaan karena sakit perut.

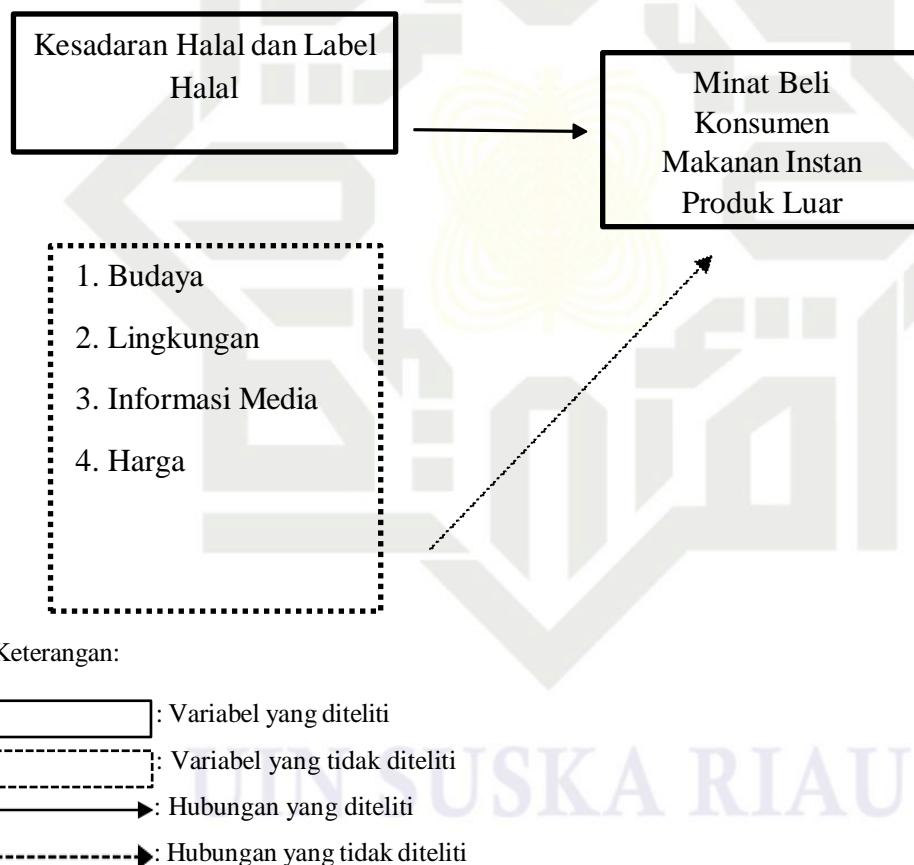
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi undang-undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Terdapat berbagai teori yang menjelaskan fenomena minat beli, di antaranya: 1) Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*) Teori ini berfokus pada bagaimana individu membuat keputusan pembelian dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Dalam konteks minat beli, teori ini menjelaskan bahwa konsumen akan membeli produk berdasarkan evaluasi mereka terhadap keuntungan, risiko, dan nilai yang diperoleh dari produk tersebut (Motherbaugh, 2010). 2) Teori Pengambilan Keputusan Konsumen (*Consumer Decision-Making Theory*) Menurut teori ini, minat beli adalah tahap awal dari proses pengambilan keputusan konsumen. Konsumen terlebih dahulu akan menunjukkan minat terhadap produk, yang kemudian diikuti dengan evaluasi alternatif dan akhirnya pengambilan keputusan untuk membeli produk tersebut (Kotler dkk, 2018).



Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat

Penelitian dilaksanakan pada Bulan Maret 2025 di SMA Islam As Shofa, Kota Pekanbaru. Pemilihan tempat di SMA Islam As Shofa Pekanbaru karena SMA Islam As Shofa sekolah yang terdekat dengan peneliti dan peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antara kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja di SMA Islam As Shofa Pekanbaru.

3.2. Definisi Operasional

Definisi operasional penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Alat Ukur	Skala	Hasil Skor
Kesadaran Halal dan Label Halal	Kesadaran halal adalah kemampuan seorang Muslim untuk memahami Label apa sebenarnya Halal produk halal itu. Produk yang berlabel halal menandakan kebersihan, kualitas suatu produk (Wirdyaningsih, dkk, 2020).	Kuesioner	Ordinal	1. Baik: > 75% 2. Kurang: $\leq 75\%$ (Khomsan, 2021).
Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri	Minat didefinisikan sebagai kecenderungan atau sikap individu yang menunjukkan ketertarikan untuk membeli produk atau layanan tertentu dalam waktu yang dekat (Simamora, dkk, 2021).	Kuesioner	Likert	1. Baik: $\geq 55\%$ 2. Kurang: 55% (Riyanto dkk, 2022)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3. Metode Pengambilan Sampel

Penelitian menggunakan metode *observasional analitik* dengan pendekatan *cross sectional*. Penelitian *observasional analitik* merupakan penelitian diarahkan untuk mengetahui serta menyelidiki data dari sampel yang diambil berasal dari populasi, sehingga timbul adanya korelasi antar variabel sedangkan pendekatan *cross sectional* adalah penelitian dengan variabel-variabel yang termasuk efek diobservasi sekaligus pada waktu yang sama. Penelitian ini mengkaji hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya Adiputra, dkk (2021).

3.4. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah remaja kelas X dan XI SMA Islam As Shofa Pekanbaru. Sampel penelitian adalah sebagian remaja kelas X dan XI Islam As Shofa Pekanbaru yang diambil dengan metode *Purposive Sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Remaja SMA Islam As Shofa Pekanbaru.
- b. Bersedia menjadi responden dan menandatangani lembar persetujuan.

Pengambilan besaran sampel dalam penelitian menggunakan rumus perhitungan besaran sampel dengan populasi yang tidak diketahui sebagai berikut:

$$N = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan

N : Jumlah Sampel

N : Total Populasi

e : Tingkat kesalahan dalam mengambil sampel

Tingkat kesalahan dalam penelitian ini adalah sebesar 10%. Sehingga berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel yang dijadikan responden yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{402}{1+402(10\%)^2}$$

$$n = \frac{402}{1+402(0,1)^2}$$

$$n = \frac{402}{1+4,02}$$

$$n = \frac{402}{5,02}$$

$$n = 80,07 \approx 80 \neq 81$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5. Instrumen Penelitian

Kuesioner: kuesioner dalam penelitian menggunakan dua kuesioner yaitu kuesioner kesadaran halal dan label halal yang terdiri atas 19 pertanyaan dan kuesioner minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri terdiri atas 17 pernyataan yang dibuat oleh peneliti yang telah diuji validitas dan reliabilitas di SMA Islam As Shofa Pekanbaru. Kemudian hasil kuesioner dikonversi sehingga didapat nilai maksimal 100 dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Total tingkat kesadaran} = \frac{\text{Total nilai didapat}}{\text{Total nilai Maksimal}} \times 100$$

Tingkat kesadaran menurut Khomsan (2021) dikategorikan sebagai berikut:

- 1) Baik: $> 75\%$
- 2) Kurang: $\leq 75\%$

Tingkat minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri menurut Riyanto (2022) dikategorikan sebagai berikut:

- 1) Baik: $\geq 55\%$
- 2) Kurang: $< 55\%$

2. Alat Tulis: Alat tulis yang digunakan berupa kertas dan pena yang digunakan untuk mencatat informasi penting yang dapat mendukung penelitian.
 - 1) Tahap Persiapan: a) Peneliti mengurus surat izin penelitian dari Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. b) Mempersiapkan kuesioner. c) Menyusun instrumen penelitian. Instrumen yang digunakan adalah sebagai berikut: 1) Formulir permohonan menjadi responden, 2) Formulir pernyataan persetujuan menjadi responden (*informed consent*), 3) Kuesioner kesadaran halal dan label halal. 4) Kuesioner minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri. d) Melakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner. e) Menyusun jadwal penelitian.
 - 2) Tahap Penelitian: Sebelum penelitian berlangsung peneliti menjelaskan kepada responden tentang informed consent apakah responden bersedia berpartisipasi dalam penelitian, jika tidak peneliti tidak akan memaksa responden untuk berpartisipasi dalam penelitian. Peneliti menjelaskan prosedur penelitian dan cara pengisian kuesioner. Peneliti membagikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

formulir permohonan menjadi responden, formulir pernyataan persetujuan menjadi responden (*informed consent*), kuesioner kesadaran halal dan label halal dan minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri. Responden diberikan waktu selama \pm 30 menit untuk mengisi formulir tersebut dipastikan dengan menggunakan timer, jika waktu sudah berjalan selama 15 menit responden akan diingatkan dengan memberitahukan waktu bahwa waktu tersisa 15 menit, jika waktu sudah berjalan 25 menit responden akan diingatkan dengan memberitahukan waktu bahwa waktu tersisa 5 menit. Selama responden mengisi kuesioner peneliti akan berkeliling untuk mengawasi responden dan membuat dokumentasi. Ketika waktu habis peneliti akan mengambil lembar kuesioner yang sudah diisi oleh responden. Indikator kuesioner kesadaran halal dan label halal dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2. Indikator Kuesioner Kesadaran Halal dan Label Halal

Indikator	Item Soal	Jumlah Soal
Kesadaran halal	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	10
Kesadaran label halal	11,12,13,14,15,16, 17,18,,20	9
Jumlah		19

Indikator kuesioner minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3. Indikator Kuesinoer Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri

Indikator	Item Soal	Jumlah Soal	
		Favorable	Unfavorable
Minat beli Konsumen	1,2,3,4,7	6,8	17
Makanan Instan Produk Luar Negeri	9,10,11,13,14,15,16,17 18,19,20		
Jumlah			17

3.6. Pengolahan dan Analisis Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian yaitu data primer yang diperoleh langsung dari responden dengan kuesioner kesadaran halal dan label halal, minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri. Data yang didapatkan kemudian diolah melalui tahap *editing*, *coding*, *cleaning*, dan *tabulation* menggunakan *Microsoft Excel 365* kemudian dilakukan analisis data menggunakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Software IBM SPSS versi 25. Analisis data meliputi analisis univariat dan bivariat. Analisis univariat merupakan suatu teknik analisis data terhadap satu variabel secara mandiri, tiap variabel dianalisis tanpa dikaitkan dengan variabel lainnya. Analisis univariat pada penelitian ini adalah karakteristik, kesadaran halal dan label halal, minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri dimana akan dihasilkan distribusi frekuensi dan persentase dari tiap variabel. Analisis bivariat digunakan untuk melihat hubungan pengaruh kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri pada remaja. Melihat hubungan tersebut menggunakan uji *chi-square* dan uji *odds ratio*. Kriteria pengambilan keputusan hasil adalah:

1. Jika nilai $p < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak artinya ada hubungan pengaruh kesadaran halal dan label halal dengan minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri di SMA Islam As Shofa Pekanbaru.
2. Jika nilai $p \geq 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima artinya tidak ada hubungan pengaruh kesadaran halal dan label halal dengan minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri di SMA Islam As Shofa Pekanbaru.

3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan variabel data yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas suatu instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari variabel yang dimaksud. Setelah didapat angka validitas dan diperoleh r hitung kemudian dilakukan interpretasi. Jika didapatkan nilai r hitung $\leq r$ tabel maka kuesioner dapat dinyatakan valid (Ishak dkk, 2023). Sedangkan reliabilitas merupakan tingkat konsisten dari suatu pengukuran. Reliabilitas menunjukkan apakah pengukuran menghasilkan data yang konsisten jika instrumen digunakan kembali seara berulang. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseroang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ishak dkk, 2023), untuk mengetahui reliabilitas dilakukan dengan cara uji *cronbach's alpha* $\geq 0,06$ artinya dinyatakan reliabel (Hastono,2016).

Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian telah dilakukan di SMA Islam As Shofa Pekanbaru terhadap 30 siswa. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kesadaran Halal dan Label Halal	K01	0,589	0,344	Valid
	K02	0,737	0,344	Valid
	K03	0,953	0,344	Valid
	K04	0,737	0,344	Valid
	K05	0,483	0,344	Valid
	K06	0,737	0,344	Valid
	K07	0,483	0,344	Valid
	K08	0,476	0,344	Valid
	K09	0,476	0,344	Valid
	K10	0,589	0,344	Valid
	K11	0,737	0,344	Valid
	K12	0,589	0,344	Valid
	K13	0,582	0,344	Valid
	K14	0,483	0,344	Valid
	K15	0,589	0,344	Valid
	K16	0,582	0,344	Valid
	K17	0,423	0,344	Valid
	K18	0,423	0,344	Valid
	K19	0,074	0,344	Tidak Valid
	K20	0,737	0,344	Valid
Minat beli konsumen Makanan instan produk Luar negeri	M01	0,763	0,344	Valid
	M02	0,784	0,344	Valid
	M03	0,754	0,344	Valid
	M04	0,763	0,344	Valid
	M05	0,223	0,344	Tidak Valid
	M06	0,234	0,344	Tidak Valid
	M07	0,792	0,344	Valid
	M08	0,566	0,344	Valid
	M09	0,703	0,344	Valid
	M10	0,635	0,344	Valid
	M11	0,668	0,344	Valid
	M12	0,193	0,344	Tidak Valid
	M13	0,784	0,344	Valid
	M14	0,784	0,344	Valid
	M15	0,698	0,344	Valid
	M16	0,700	0,344	Valid
	M17	0,685	0,344	Valid
	M18	0,705	0,344	Valid
	M19	0,632	0,344	Valid
	M20	0,705	0,344	Valid

*Keterangan: Pertanyaan dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan hasil perhitungan validitas instrumen kesadaran halal dan label halal sebagaimana tabel diatas, dengan ketentuan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikansi 5%. Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 20 item pertanyaan dalam kuesioner, terdapat 19 item kuesioner valid dan 1 item kuesioner yang tidak valid yakni nomor 19 sehingga tidak dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena tidak dapat mengungkapkan variabel data yang diteliti seara tepat dan menghasilkan data yang tidak akurat, maka item kuesioner yang tidak valid yakni nomor 19 tidak digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan hasil perhitungan validitas instrumen minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri sebagaimana tabel diatas, dengan ketentuan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikansi 5%. Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat 20 item pertanyaan dalam kuesioner, terdapat 17 item kuesioner valid dan 3 item kuesioner yang tidak valid yakni nomor 5, 6, dan 12 sehingga tidak dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena tidak dapat mengungkapkan variabel data yang diteliti seara tepat dan menghasilkan data yang tidak akurat, maka item kuesioner yang tidak valid yakni nomor 5, 6 dan 12 tidak digunakan dalam penelitian. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kesadaran Halal dan Label Halal	0,881	Reliabel
Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri	0,919	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.5. uji reliabilitas instrumen kesadaran halal dan label halal memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar $0,881 > 0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Instrumen minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,919 > 0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri. Hasil uji *chi square* didapatkan nilai *p value* sebesar 0,048. Hal tersebut menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri. Hasil uji statistik *odds ratio* didapatkan nilai OR sebesar 5,3. Hal tersebut menunjukkan bahwa remaja yang mempunyai kesadaran halal dan label halal yang kurang mempunyai peluang 5,3 kali lebih besar memiliki minat beli konsumen makanan produk luar negeri yang kurang dibandingkan dengan remaja yang memiliki kesadaran baik. Dari hasil penelitian dapat diketahui mayoritas remaja memiliki kesadaran yang baik, namun masih banyak remaja yang belum memiliki kesadaran yang baik.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti berharap agar penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut. Pihak sekolah yang berwenang hendaknya lebih banyak meluangkan waktu untuk memberikan pengawasan terhadap lembaran produk makanan dalam kemasan yang beredar di luaran sekolah, khususnya yang tidak menggunakan label halal serta secara aktif mensosialisasikan pentingnya label halal kepada remaja. Selain itu, pihak sekolah diharapkan dapat mengambil tindakan berupa teguran terhadap penjual di lingkungan sekolah maupun di sekitar sekolah yang menjual produk tanpa label halal. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi di perpustakaan sekolah maupun perguruan tinggi, serta menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi pembaca. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan studi perbandingan di sekolah-sekolah lain, khususnya di sekolah non-Islam atau sekolah negeri, guna mengetahui sejauh mana perbedaan tingkat kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli konsumen makanan instan produk luar negeri di lingkungan pendidikan yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Abdul, M., H. Ismail., M. Mustapha and H. Kusuma. 2012. Indonesian small medium enterprises (SMEs) and perceptions on Halal food certification. *African Journal of Business Management*. 7(16), 1492-1500. DOI: 10.5897/AJBM11.2926

Adinugraha, H. H., R. Andrean., W. A. Ikhrom., R. A. G. Setyani., H. Sibyani., F. Mukarromah., U. H. Fauzi., A. Ilfiandi., I. Masruroh., A. Safitri dan S. Ikhlas. 2022. *Perkembangan Industri Halal di Indonesia*. Sientist Publishing. Pekalongan. 201 hal.

Adiputra, M. S., N. W. Trisnadewi., N. P. W. Oktiavani., S. A. Munthe., V. T. Hulu., I. Budiastutik., A. Fariadi., R. Rambany., R. J. Fitriani., P. O. A. Tania., B. F. Rahmiati., S. A. Lusiana., A. Susilawaty., E. Sianturi dan Suryana. 2021. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yayasan Kita Menulis. Yogyakarta. 308 hal.

Aksamawanti. 2015. Perlindungan Konsumen Atas Produk Pangan Berlabel Halal: Tinjauan Yuridis. *Jurnal Studi Al-Qur'an dan Hukum*. 1(1), 61-76.

Alam, S. S. and N. M. Sayuti. 2011. Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing. *International Journal of Commerce and Management*. 21(1), 8-20. DOI: 10.1108/10569211111111676

Ambali, A. R and A. N. Bakar. 2014. People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-Makers. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 3-25. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.01.1104

A'yuni, D. S., Sundari dan R. S. Prahara. 2022. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Mojokerto. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*. 5(1), 166-179. DOI: <https://doi.org/10.31538/almada.v5i1.4469>

Azis, I. S., A. Zakaria dan Novita. 2024. Dampak Eksistensi Sertifikasi Halal pada Keunggulan Kompetitif UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 2(1), 261-267. DOI: <https://doi.org/10.62017/jemb>

Azzahra, K. F dan J. Putri. 2025. Sertifikasi Halal dan Strategi Pemasaran bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 4(1), 58-73.

Bintoro, F. N dan Muthoifin. 2024. Kajian Sertifikasi Halal terhadap Produk Makanan Dalam Persepektif Hukum Syariah. *AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies*. 7(1), 18-29. DOI: <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v7i1.865>

Darmadi, D., V. Imanuari and O. Reviandani. 2022. Social Awareness of Entrepreneurs Towards Product Halal Certificates. *Jurnal Ilmu Sosial*. 21(2), 181-200. DOI: <https://doi.org/10.14710/jis.21.2.2022.181-200>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Faridah, H. D. 2019. Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*. 2(2), 68-78.

Hasan, A. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta. 982 hal.

Hasan, H. 2016. A Study on Awareness and Perception Towards Halal Foods Among Muslim Students in Kota Kinabalu, Sabah. *Proceedings of the Australia-Middle East Conference on Business and Social Sciences 2016*. 803-811.

Hastono, S. P. 2016. *Analisis Data Bidang Kesehatan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 250 hal.

Hendradewi, S., A. Mustika dan A. Darsiah. 2021. Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Minat Beli Mie Instan Korea pada Remaja Sekolah di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*. 26(2), 204-212. DOI: <https://doi.org/10.30647/jip.v26i2>

Ishak, S., R. Choirunissa., A. Y. Purnama., V. S. A. E. L. Mua., Heryyanoor., A. S. I. D. R. Ludji., R. A. S. A. Wardhana., Y. Dafroyati., A. F. Y. Avelina., N. M. Anggreyni dan H. Lubis. 2023. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Media Sains Indonesia. Bandung. 260 hal.

Izuddin, A. 2018. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*. 3(2), 100-114.

Khomsan, A. 2021. *Teknik Pengukuran Pengetahuan Gizi*. Bogor: Institut Pertanian Bogor. 74 hal.

Kotler, P and K. L. Keller. 2012. *Marketing Management*. Prentice Hall. England. 657 p.

Kotler, P and G. Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Pearson Education. London. 734 p.

Kurniawan, A. R dan Idris. 2015. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai sebagai Intervening. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. 53-65.

Kusumawati, Y dan B, Herlena. 2014. Hubungan Antara Persepsi terhadap Kelompok Referensi dengan Pengambilan Keputusan Membeli Produk Kosmetika Tanpa Label Halal pada Mahasiswa Muslim. *Jurnal Psikologi Integratif*. 2(1), 100-109.

Lastfitriani, H., Irdamisraini., N. Hasanah., W. P. Sari dan A. Munir. 2024. Pendampingan Sertifikasi Halal untuk Produk Makanan dan Minuman bagi UMKM Se-Rumbai. *Journal of Human And Education*. 4(3), 179-182.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Makhfiyyani, K., M. S. Maura dan M. S. Hidayatullah. 2025. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Religiosity terhadap Keputusan Pembelian Makanan Instan Korea Melalui Minat Beli (Studi Kasus Konsumen Gen Z Muslim/ah). *JCM (Jurnal Cendekia Manajemen)*. 3(2), 1-15. DOI: <http://dx.doi.org/10.32503/jcm.v3i2.6267>

Maslow, A. H. 2017. *A Theory of Human Motivation*. Macat Library. London. 98 p.

Mentari, S. 2019. Perilaku Masyarakat dalam Mengkonsumsi Junk Food Perspektif Konsumsi Islam (Studi Kasus Desa Sumbergede, Kec. Sekampung, Kab. Lampung Timur). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN. Metro.

Mohammad, M. F. M. 2021. Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal di Indonesia. *KERTHA WICAKSANA: Sarana Komunikasi Dosen dan Mahasiswa*. 15(2), 149-157.

Mothersbaugh, H. 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Paul Ducham. New York. 778 p.

Najiatun dan R. R. Maulayati. 2019. Model Pengembangan Produk Halal. *Jurnal Investasi Islam*. 4(1), 19-32.

Nuryamah, A dan S. Marliah. 2024. Pengaruh Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal, dan Komposisi Produk terhadap Minat Beli Produk Mi Samyang Terdaftar BPOM RI pada Masyarakat RW 04 Desa Jatimulya Tangerang. *JKSP-ALMATAMA*. 3(2), 122-146.

Pambudi, B. G. 2018. Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Produk Mie Instan (Studi pada Pemuda Muslim Bandarlampung). *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Bandarlampung.

Paramitha, P dan S. A. Suryaningsih. 2021. Analisis Label Halal pada Produk Makanan Cepat saji dalam Pengembangan Wisata Halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. 4(3), 108-122.

Peter, J. P and J. C. Olson. 2010. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Mc Graw-Hill. New York. 554 p.

Pratama, S. A dan Y. A. Nurcahya. 2022. Pengaruh Labelisasi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Konsumen Muslim di Magelang. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*. 19(1), 141-150.

Pratiwi, N., I. Parakkasi dan A. Z. Darussalam. 2022. Pengaruh Sertifikasi dan Labelisasi Halal terhadap Perilaku Pembelian Produk Mi Samyang (Studi Kasus di Kabupaten Ujung Bulu Kabupaten Bulukuma). *Edunomika*. 6(2), 1-15.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Putra, S. A. B. P., Rafidah dan M. Hamzah. 2024. Analisis Pemahaman Masyarakat terhadap Label Halal pada Makanan Ringan (Studi di Desa Mendalo Indah, Kec. Jambi Luar Kota). *Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipliner*. 8(9), 23-51.

Putri, P dan S. Syam. 2023. Perlindungan Penggunaan aplikasi makanan dan minuman online dalam information legality jaminan kehalalan produk berdasarkan UU no. 11 tahun 2020 perspektif fiqh siyasah. *Jurnal EDUCATIO (Jurnal Pendidikan Indonesia)*. 9(1), 353-360. DOI: <https://doi.org/10.29210/1202322959>

Rahma, A dan Riskayanto. 2025. Dampak Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen dengan Kesadaran Halal sebagai Variabel Mediasi. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*. 3(9), 23-40. DOI: <https://doi.org/10.59435/gjmi.v3i9.1750>

Rahma, A. R dan R. R. Phahlevy. 2024. Mengatasi Hambatan untuk Meningkatkan Kepatuhan Halal di Indonesia. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*. 19(3), 1-24. DOI: <https://doi.org/10.21070/ijler.v19i3.1199>

Rektiansyah, R. R dan I. Auwalin. 2022. Analisis Dampak Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Niat Beli Mie Instan Korea pada Remaja di Sumenep melalui Sikap. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. 9(5), 600-616. DOI: 10.20473/vol9iss20225pp600-616.

Rezai G., Z. Mohamed, and M. N. Shamsudin. 2012. Assessment of Consumers' Confidence on Halal Labelled Manufactured Food in Malaysia. *Universiti Putra Malaysia press*. 20(1), 33-42.

Riyanto, S, dan A. R. Putera. 2022. *Metode Riset Penelitian Kesehatan dan Sains*. Deepublish. Sleman. 239 hal.

Gibson, R. 2005. *Principles of Nutritional Assessment*. Oxford University Press. Oxford. 908 p

Saputra, A. A dan Jaharuddin. 2022. Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa FEB UMJ). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 16(4), 1521-1535. DOI: 10.35931/aq.v16i4.1185

Septiana, R., D. Syarif., A. W. Bustami dan M. A. Bin. M. Saleh. 2024. Pengaruh Analisis Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Membeli Produk Mie Samyang bagi Remaja di Wilayah Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 10(2), 1398-1409.

Setiawan, M. F, dan E. Japrianto. 2012. Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecik Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1(1), 1-6.

Setiawan, Z., R. S. Y. Zebua., D. Supriyanto, R. S. Hamid., V. Islami dan A. Marsyaf. 2024. *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. 103 hal.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setyaningsih, E. D and S. Marwansyah. 2019. The Effect of Halal Certification and Halal Awarness Through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Journal of Islamic Economics*. 3(1), 64-79.

Shaari, J. A. N and N. S. bt. M. Arifin. 2010. Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study. *International Review of Business Research papers*. 6(4), 444-456.

Sholeh, M. 2011. Hubungan Pelaksanaan Pendidikan Agama Dalam Keluarga dan Sekolah dengan Pembentukan Perilaku Siswa di SMK Negeri 1 Krangkeng Kabupaten Indramayu. *Thesis*. Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Cirebon

Sholihah, T. M. 2020. Pengetahuan Makanan Halal untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Halal pada Siswa Tata Boga. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 1-8.

Simamora, E. R., I. Ansori., M. L. Ginting., R. Suryani., A. K. P. Prasetya., S. Rezeki., F. Dina., A. Fadjar., M. Rinaldi., M. Indrawati., A. F. H. Firmansyah., I. Gustina., M. S. Rifai and A. Sudirman. 2021. *Consumer Behavior*. Eureka Media Aksara. Jawa Tengah. 299 p.

Solomon, M., G. Bamossy., S. Askegaard, and K. H. Margaret. 2006. *Consumer Behavior*. Pearson Education Limited. England. 701 p.

Sunarsih. 2019. The Interest of the Padang community towards halal products. *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAE) Proeding*. 2, 13-25.

Syam, I., A. Hafid dan Hasni. 2025. Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Peningkatan Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Konsumen AHA Food di Kota Watampone). *Jurnal Al-Istishna: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*. 1(1), 136-148. DOI: <https://doi.org/10.58326/JAI.v1i2.308>

Tawwab, M. A., Siradjuddin., A. Efendi dan A. Arifin. 2024. Landasan Hukum Syar'i dan Hukum Positif Halal Haram Industri Produk Halal Indonesia. *JIEL: Journal of Islamic Economic and Law*. 1(3), 12-26.

Umam, M. S dan N. Faizah. 2024. Pembangunan Industri Makanan Halal dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Keislaman*. 7(2), 421-428.

Ummah, A, C. 2023. Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Produk Makanan (Studi Masyarakat Muslim di Kota Metro). *Thesis*. Program Studi Magister Ekonomi Syariah. Program Pascasarjana (PPs) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Weenas, J. R. S. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*. 1(4), 607-618.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Wirdyaningsih., I Karimah., A. Q. Syahida and A. M. Nabilah. 2020. The Optimizal of Halal Certification in Indonesia: Finding Right Balance between Consumer and Businessmen Interest. *Atlantis Press SARL*. 3(5), 401- 408.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 1. Surat Keterangan Telah Melakukan Riset

**YAYASAN AS - SHOFA PEKANBARU
SMA ISLAM AS - SHOFA**

Jl. Tuanku Tambusai / Jl. As Shofa Pekanbaru - 28294
Website : www.smafa.sch.id Hp. 0812 6367 2399
Akreditasi : A (Sangat Baik)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN

No : 094.09/Sket/SMAI-Yasfa/III/2025

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahma Maidianti, M.Si
 Nomor induk guru : 12.1433.298
 Jabatan : Kepala SMAS Islam As-Shofa Pekanbaru
 Alamat sekolah : Jl. Tuanku Tambusai – Jl. Raya As-Shofa
 Kec. Payung Sekaki Pekanbaru Riau

dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Reysi Patricia
 Nomor Induk Mahasiswa : 12080327467
 Fakultas : Pertanian dan Peternakan UIN Suska Riau
 Program studi : Gizi
 Judul Penelitian : Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri Pada Remaja Sekolah di SMA Islam As-Shofa Pekanbaru

telah melaksanakan penelitian untuk penulisan Skripsi dalam penyelesaian tugas akhir kuliah.
Penelitian telah dilaksanakan dari tanggal 19 Maret 2025.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 19 Maret 2025
Kepala SMAS Islam As-Shofa

Rahma Maidianti, M.Si

Lampiran 2. Surat Uji Etik



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS PERTANIAN DAN PETERNAKAN
جامعة السلطان سليمان
FACULTY OF AGRICULTURE AND ANIMAL SCIENCE
PROGRAM STUDI GIZI
Jl. HR Soebrantas Km 15 No.155 Kel. Tuah Madani Kec. Tampan Kota Pekanbaru Riau. 28293
Website : <https://gizi.uin-suska.ac.id>. E-mail : gizi.suska@gmail.com

Nomor : 22/F.VIII/PP.00.9/GIZ./02/2025
Perihal : Izin Uji Etik

Pekanbaru, 05 Februari 2025

Kepada Yth,
Bapak/Ibu Ketua Komite Etik
LPPM UNIVRAB
di-
Pekanbaru

Dengan hormat,

Semoga Bapak/Ibu selalu diberikan kekuatan dan kesehatan oleh Tuhan yang Maha Esa dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Aamiin.

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa/I Program Studi Gizi Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, maka dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu Ketua Komite Etik agar dapat memberikan izin untuk melakukan Uji Etik Penelitian sebagai berikut :

Nama	:	Reysi Patricia
NIM	:	12080327467
Program Studi	:	Gizi
Judul Penelitian	:	Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri pada Remaja Sekolah di SMA Islam As shofa Pekanbaru.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Ketua Jurusan Program Studi Gizi

drg. Nur Pelita Sembiring, MKM
NIP. 19690918 199903 2 002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 3. Surat Permohonan Menjadi Responden**SURAT PERMOHONAN MENJADI RESPONDEN**

Kepada Yth,

Calon Responden

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Reysi Patricia

Nim : 12080327467

Program Studi : Gizi

Alamat : Jl. Garuda Sakti, Simpang Baru, Kec. Tampan, Pekanbaru, Riau

No. Hp 085321597697

Bermaksud mengadakan penelitian dengan judul Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri pada Remaja Sekolah di SMA Islam As Shofa Pekanbaru. Peneliti mengharapkan saudara/i untuk menjadi responden penelitian.

Apabila saudara/i menyetujui, dimohon kesediaan untuk menandatangani lembaran persetujuan yang saya berikan. Demikian surat permohonan yang saya buat. Atas perhatian diucapkan terimakasih.

Pekanbaru, Maret 2025

Reysi Patricia

Lampiran 4. *Informed Consent*

INFORMED CONSENT

(PERNYATAAN PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN)

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama :

Umur :

Kelas :

Jenis Kelamin : L/P (lingkari salah satu)

Alamat :

No Hp :

Menyatakan menyetujui dan bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian yang dilakukan oleh Reysi Patricia (NIM 12080327467) Mahasiswi Program Studi Gizi Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul **Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Makanan Instan Produk Luar Negeri pada Remaja Sekolah di SMA Islam As Shofa Pekanbaru.**

Demikian pernyataan saya buat dengan sukarela dan kiranya dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, Maret 2025
Responden

(.....)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 5. Kuesioner Penelitian

Nama : ..

Umur : ..

Kelas : ..

Jenis Kelamin : L/P (lingkari salah satu)

Kuesioner Kesadaran Halal dan Label Halal

Petunjuk pengisian:

- a) Bacalah pernyataan dengan teliti
- b) Isilah jawaban yang benar menurut anda dengan menyilang (X) pada jawaban yang disediakan!

1. Jelaskan pengertian halal dalam konteks makanan...

- a. Makanan yang memiliki rasa enak
- b. Makanan yang bersih dari kotoran
- c. Makanan yang diperbolehkan menurut hukum Islam
- d. Makanan yang berasal dari tumbuhan

2. Uraikan tujuan utama sertifikasi halal pada produk makanan...

- a. Menambah nilai jual produk
- b. Menjamin produk sesuai syariat Islam
- c. Menarik perhatian konsumen non-Muslim
- d. Mempermudah promosi ke luar negeri

3. Jelaskan makna label halal pada suatu produk...

- a. Tanda bahwa produk dijual di toko Muslim
- b. Simbol izin edar dari pemerintah
- c. Penanda bahwa produk telah lulus uji keamanan pangan
- d. Tanda bahwa produk telah dinyatakan halal oleh lembaga berwenang

4. Sebutkan lembaga yang berwenang mengeluarkan sertifikasi halal di Indonesia...

- a. LPPOM MUI
- b. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal
- c. Kementerian Kesehatan
- d. Kementerian Perdagangan

5. Tuliskan manfaat utama label halal bagi konsumen Muslim...

- a. Memberi keyakinan bahwa produk aman dikonsumsi
- b. Menunjukkan harga produk yang lebih murah
- c. Menjamin produk bebas bahan pengawet
- d. Menandakan produk berasal dari dalam negeri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Jelaskan pengertian haram dalam konteks makanan halal...

- a. Makanan yang tidak disukai
- b. Makanan yang dilarang menurut ajaran Islam
- c. Makanan yang terlalu mahal
- d. Makanan yang tidak bergizi

7. Sebutkan dasar hukum utama yang mengatur sertifikasi halal di Indonesia...

- a. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2019
- c. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan
- d. Peraturan Menteri Agama Nomor 26 Tahun 2019

8. Uraikan Komponen yang diperiksa dalam proses sertifikasi halal untuk produk makanan...

- a. Harga dan kemasan
- b. Bahan, proses produksi, dan kebersihan alat
- c. Rasa dan aroma produk
- d. Izin distribusi dan merek dagang

9. Jelaskan alasan pentingnya sertifikasi halal bagi konsumen Muslim...

- a. Memastikan produk memiliki cita rasa tinggi
- b. Memberi jaminan sesuai syariat Islam
- c. Menunjukkan produk berasal dari Indonesia
- d. Menambah daya saing produk di pasar global

10. Uraikan makna tayyib dalam konsep halal...

- a. Sesuatu yanglezat dan mahal
- b. Sesuatu yang diperbolehkan tanpa syarat
- c. Sesuatu yang baik, bersih, dan menyehatkan
- d. Sesuatu yang berasal dari bahan alami

11. Langkah yang harus dilakukan produsen untuk mendapatkan sertifikat halal adalah...

- a. Mengajukan permohonan ke BPJPH dan melalui proses audit halal
- b. Menjual produk di pasar tradisional
- c. Mengiklankan produknya di media massa
- d. Mengganti kemasan produk dengan warna hijau

12. Sertifikat halal menjamin bahwa produk...

- a. Aman dikonsumsi
- b. Murah dan mudah didapat
- c. Mengandung bahan alami
- d. Diproduksi oleh perusahaan sesuai syariat Islam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

13. Hak cipta milik UIN Suska Riau

14. Pengertian halal monitoring dalam konteks sertifikasi halal adalah...

- a. Pengawasan terus-menerus terhadap kepatuhan halal setelah sertifikat diterbitkan
- b. Proses promosi produk halal di media sosial
- c. Pemeriksaan harga pasar produk halal
- d. Pelatihan bagi produsen makanan halal

15. Dampak jika suatu produk tidak memiliki sertifikat halal dan dijual kepada konsumen Muslim adalah...

- a. Produk menjadi lebih populer
- b. Konsumen tetap membeli tanpa memperhatikan label
- c. Menurunnya kepercayaan dan potensi penolakan dari konsumen Muslim
- d. Produk menjadi lebih murah

16. Cara konsumen memastikan produk yang dibeli bersertifikat halal adalah...

- a. Meminta jaminan dari penjual
- b. Melihat iklan di televisi
- c. Memeriksa label halal resmi dari BPJPH pada kemasan
- d. Menanyakan kepada teman

17. Tantangan utama dalam penerapan sertifikat halal di negara non Muslim adalah...

- a. Kurangnya pemahaman tentang standar halal
- b. Terlalu banyak lembaga sertifikasi
- c. Biaya sertifikasi yang sangat rendah
- d. Banyaknya produk lokal bersertifikat halal

18. Pengaruh sertifikasi halal terhadap industri makanan adalah...

- a. Menurunkan kepercayaan konsumen
- b. Meningkatkan kepercayaan dan daya saing produk
- c. Mengurangi jumlah ekspor
- d. Menambah biaya distribusi

19. Dalam konteks sertifikasi halal, istilah bahan haram mengacu pada...

- a. Bahan yang tidak ditemukan di Indonesia
- b. Bahan yang tidak sesuai standar gizi
- c. Bahan yang dilarang menurut syariat Islam
- d. Bahan yang mahal dan langka

Kuesioner Minat Beli

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Sangat setuju	Setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1	Saya tertarik mencoba berbagai merek makanan instan dari luar negeri.				
2	Saya lebih suka membeli makanan instan produk luar negeri dibandingkan produk lokal.				
3	Saya sering membeli makanan instan luar negeri meskipun harganya lebih mahal.				
4	Saya akan terus membeli produk makanan instan luar negeri yang saya sukai.				
5	Saya akan merekomendasikan produk makanan instan luar negeri kepada teman-teman saya.				
6	Saya memilih makanan instan luar negeri meskipun tidak selalu ada jaminan halal.				
7	Saya membeli produk makanan instan luar negeri untuk mengikuti tren.				
8	Saya lebih sering membeli produk makanan instan luar negeri daripada produk lokal yang sejenis.				
9	Saya selalu tertarik membeli produk (makanan dan minuman) yang halal				
10	Saya tertarik membeli makanan dan minuman halal dengan jumlah yang lebih banyak				
11	Saya selalu berkenan untuk membeli produk halal dalam jangka panjang				
12	Saya sadar bahwa produk suatu makanan yang akan saya konsumsi itu halal				

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Sangat setuju	Setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
13	saya membeli dan mengkonsumsi makanan instan untuk memenuhi rasa lapar				
14	Saya yakin bahan baku halal itu aman bagi kesehatan				
15	Saya membeli dan mengkonsumsi makanan instan luar negeri untuk mengikuti <i>trend</i>				
16	Saya mendapatkan informasi mengenai makanan instan melalui media lainnya luar negeri				
17	Saya akan melakukan pembelian ulang makanan instan luar negeri				

Sumber : Modifikasi Peneliti, 2025

Lampiran 6. Dokumentasi



Menjelaskan tujuan penelitian, cara mengisi kuesioner dan alur penelitian

Pengisian *Informed Consent* dan kuesioner penelitian