

KESADARAN HALAL DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN DI RESTORAN JEPANG (STUDI KASUS PADA ENAM RESTORAN JEPANG DI KOTA MAKASSAR)

Novianti¹. Politeknik Bosowa.
Dewi Andriani². Politeknik Bosowa.
Riska Veronika³. Politeknik Bosowa.

Abstrak Dengan semakin meningkatnya populasi Muslim tiap tahunnya, maka hal tersebut juga berdampak pada meningkatnya permintaan konsumsi atas produk makanan halal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli produk makanan di 6 restoran Jepang di Kota Makassar. Penelitian ini dilaksanakan di 6 restoran Jepang di Kota Makassar, yaitu di restoran De'Sushi, Takigawa Not Takikawa, Hanashobu Japanese Noodle Bar Makassar, Marugame Udon Resto Jepang, Sushi Tei Makassar, dan Golden Suki. Variabel yang diteliti yaitu kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli. Jenis penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel pada pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data kuantitatif menggunakan kuesioner skala likert yang diberikan kepada pengunjung restoran Jepang. Teknik analisis data menggunakan distribusi tabel frekuensi dengan menampilkan frekuensi dan presentasi dari hasil responden. Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Di Restoran Jepang (Studi Kasus Di 6 Restoran Jepang Di Kota Makassar) secara keseluruhan sudah sangat baik, karena nilai rata-rata keseluruhan yang diberikan oleh responden pada masing-masing pernyataan disetiap indikator kuesioner berada di atas 4,0 dan di bawah 5,0.

Kata kunci : Halal; Minat Beli; Restoran; Makanan; Kuantitatif.

Abstract *With the increasing Muslim population each year, this also has an impact on the increasing demand for consumption of halal food product. This study aims to determine how the level of awareness of halal and halal labeling on buying interest in food products in 6 Japanese restaurants in Makassar. The study was conducted in 6 Japanese restaurants in Makassar, the namely of restaurants is De'Sushi restaurant, Takigawa, Hanashobu Japanese Noodle Bar Makassar, Marugame Udon Japanese Resto, Sushi Tei Makassar, and Golden Suki. The variables studied were halal awareness and halal labeling on buying. This research that is descriptive. Sampling in this study using purposive sampling technique. The quantitative data collection method uses a Likert scale questionnaire given to Japanese restaurant visitors. The technique of analysis file using a frequency*

dewi.andriani@politeknikbosowa.ac.id

distribution table with displaying the frequency and percentage of respondent. Based on the conclusions from the results of the study, Halal Awareness And Halal Label For The Interest in Buying Food Products in Japanese Restaurants (Case Study in 6 Japanese Restaurants In Makassar City, overall it is good, because the overall average value given by the respondent in each statement in each indicator of the questionnaire is above 4,20 and below 5,5.

Keywords : Halal; Interest in Buying; Japanese Restaurant

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang terdiri dari berbagai banyak jenis suku, budaya, dan juga agama. Dari semua keberagaman tersebut menghasilkan berbagai hal yang unik, seperti rumah, pakaian, tarian, dan makanan yang mempunyai ciri khasnya tersendiri dari masing-masing disetiap daerah. Berbagai jenis makanan pun banyak dihasilkan dari setiap daerah yang berbeda. Yang dulunya dianggap sebagai kekayaan bangsa dan hanya dapat dinikmati oleh suku itu sendiri saja, tetapi sekarang telah menjadi wisata dan semua bisa menikmatinya. Dan yang sekarang lebih dikenal dengan istilah “wisata kuliner” (Izzuddin, 2018, p. 100).

Wisata kuliner di Indonesia sangat berkembang diberi dukungan penuh oleh pemerintah Indonesia sendiri, terbukti dengan makin banyaknya event kuliner yang diselenggarakan di sejumlah daerah. Seperti Jak-Japan Matsuri 2017, Little Tokyo Ennichisai 2019, yang dimana menyediakan booth kuliner dan budaya Jepang (kompas.com). Oleh karena itu wisata kuliner diharapkan mampu menjadi hal unsur utama yang berfungsi untuk mengikat dalam kegiatan berwisata.

Di era globalisasi saat ini, masuknya budaya asing ke Indonesia yang memberikan dampak pada gaya hidup atau trend, pola makan, dan juga kebudayaan masyarakat Indonesia itu sendiri. Hal ini yang membuat pola makan masyarakat mengalami perubahan yang cepat. Masyarakat saat ini lebih menyukai makanan yang lebih cepat tersedia secara langsung dan praktis, tetapi tetap memiliki nilai gizi yang cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka agar tetap sehat. Begitu cepatnya budaya asing masuk ke Indonesia membuat masyarakat sulit menahan diri mereka untuk mengikuti berbagai pengaruh budaya yang datang dari luar Indonesia.

Restoran Jepang adalah salah satu dampak dari globalisasi dan merupakan salah satu pilihan konsumsi bagi masyarakat. Restoran Jepang banyak disukai dan diminati dari berbagai kalangan, terutama kalangan anak muda. Karena selain memiliki keunikan yang

menjadikannya sebagai ciri khas dari penyajian makanannya, baik dari segi cita rasa, tata cara pelayanannya dan suasana restorannya yang dipenuhi dengan kebudayaan Jepang yang dapat menarik konsumen untuk datang. Walau tidak semua orang menyukai makanan Jepang, tetapi bagi konsumen yang melihatnya akan merasa penasaran untuk mencobanya sekali atau bahkan secara berulang. Tetapi tidak semua restoran Jepang sudah memiliki label halal, dan hal itulah yang membuat konsumen terlebih lagi umat Muslim akan merasa sedikit khawatir.

Dalam memilih dan akan membeli suatu produk makanan, umat Muslim pun sangat memperhatikan mengenai kesadaran dan label halalnya suatu produk yang akan dibeli. Kesadaran halal merupakan pemahaman umat Islam dalam mengetahui masalah yang terkait dengan konsep halal. Dimana pengetahuan tersebut meliputi mengenai pemahaman produk apa yang boleh dikonsumsi dan mengenai bagaimana cara memproduksinya. Kesadaran halal suatu produk sesuai dengan standar halal Islam bisa menjadi syarat wajib bagi konsumen dan produsen untuk mengkonsumsi dan memproduksi suatu makanan (Nofianti & Rofiqoh, 2019, p. 17). Berdasarkan penjelasan tersebut, kesadaran halal menjadi hal yang sangat penting yang dapat dijadikan pertimbangan oleh konsumen muslim dalam memilih atau membeli suatu produk.

Adapun setiap produk yang akan dibeli dan dikonsumsi, pastinya memiliki label pada kemasannya. Label halal merupakan keterangan atau penjelasan mengenai produk yang berbentuk berupa gambar, tulisan, maupun gabungan antara keduanya, yang ditempelkan pada kemasan, dimasukkan ke dalam kemasan produk, atau merupakan bagian dari kemasan produk itu sendiri. Minat beli adalah tingkat keinginan seseorang untuk bertindak sebelum memutuskan akan benar-benar melakukan suatu pembelian terhadap produk tertentu dimasa mendatang (Windikusuma, 2015, p. 17).

Berdasarkan uraian tersebut, pada penelitian ini rumusan masalah yang diajukan adalah (a) Bagaimana kesadaran halal pengunjung 6 restoran Jepang yang ada di kota Makassar? (b) Bagaimana minat beli produk makanan di 6 restoran Jepang di Kota Makassar?. Selanjutnya tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kesadaran halal dan minat beli produk makanan di 6 restoran Jepang di Kota Makassar.

TINJAUAN PUSTAKA

State of Art

Penelitian ini berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu, penelitian tersebut adalah:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Tahun	Hasil Penelitian
Waskito	Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)	2015	Dalam penelitiannya pada variabel kesadaran halal menyatakan bahwa signifikansi uji lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,251. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan "Kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli" dinyatakan diterima.
Pambudi	Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan (Studi pada Pemuda Muslim Bandar Lampung)	2018	Secara parsial variabel kesadaran halal dan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk mie instan dengan pengaruh 12,6% dan 26,6%. Demikian juga secara simultan kesadaran halal dan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk mie instan dengan pengaruh 52,7%.
Setyaningsih dan Marwansyah	The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products	2019	Variabel sertifikasi halal (X1), kesadaran halal (X2), secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel minat konsumen (Y2).

Sumber: Hasil Observasi Penulis, 2020

Konsep Halal

Halal dalam bahasa Arab berarti diizinkan atau diperbolehkan. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dilakukan secara bebas atau tidak terikat oleh hal-hal yang melarangnya. Konsep halal merupakan suatu konsep yang diajarkan oleh agama islam, karena islam sangat peduli dengan kesehatan. Makanan dan minuman yang memiliki dampak baik diperintahkan untuk dikonsumsi oleh umat muslim. Mengonsumsi produk makanan yang halal merupakan sudah suatu kewajiban bagi umat Islam, bagi seorang muslim mengonsumsi makanan yang baik merupakan ketaatan serta ketakwaan terhadap agamanya. Pengetahuan mengenai konsep halal

sangat penting manfaatnya bagi masyarakat, terutama umat Islam. Makanan halal artinya diperbolehkan atau sah oleh hukum syariat Islam (Pambudi, 2018).

Kesadaran Halal

Kesadaran adalah hal yang dirasakan atau dialami oleh seseorang atas keadaan dirinya sendiri. Kesadaran halal dapat diketahui berdasarkan mengerti atau tidaknya seorang muslim tentang apa arti dari halal itu sendiri, mengetahui bagaimana proses penyembelihan yang sesuai dengan ajaran agama dengan benar, dan mereka mengutamakan untuk mengonsumsi makanan yang halal (Waskito, 2015).

Label Halal

Label halal MUI adalah hal yang sangat penting dan harus diperhatikan konsumen sebelum memilih restoran ataupun tempat untuk makan dan minum. Karena restoran ataupun tempat makan yang sudah mendapatkan label halal MUI, sudah dipastikan makanan atau minuman yang mereka jual halal, baik dari bahan-bahan yang digunakan dan juga peralatan memasaknya. Selain sudah terjamin kehalalannya, kebersihan makanan yang sudah berlabel halal MUI pasti sudah terjamin². Itu dikarenakan produk yang sudah berlabel halal MUI sudah memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan oleh LPPOM MUI (Napitasari, 2018).

Minat Beli

Minat beli adalah sikap konsumen yang tertarik seseorang, kemudian mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian melalui berbagai tahapan dan tingkat kemungkinan sampai dengan kemampuan untuk membeli produk, jasa, ataupun merek tertentu. Minat beli dapat muncul dari dalam diri konsumen terhadap suatu barang atau produk melalui proses pengamatan dan pembelajaran konsumen terhadap suatu produk (Pambudi, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2020 di 6 restoran Jepang di Kota Makassar. Yaitu di restoran De'Sushi, Takigawa, Hanashobu Japanese Noodle Bar Makassar, Marugame Udon Resto Jepang, Sushu Tei Makassar, dan Golden Suki.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil untuk penelitian ini adalah masing-masing pengunjung dari 6 restoran Jepang yang berada di kota Makassar yang jumlahnya tidak diketahui karena jumlah pengunjung yang datang setiap hari jumlahnya tidak sama. Sampel adalah bagian dari jumlah dan

karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan harus bersifat representatif atau mewakili (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *purposive sampling* yang bertujuan agar kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Peneliti menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden adalah usia di atas 17 tahun, bisa baca dan tulis, sehat, dan pernah mengunjungi restoran Jepang sebelumnya. Penentuan jumlah sampel yang representatif tidak diketahui jumlah populasinya menurut Hair et al adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 12 \times 5 \\ &= 60\end{aligned}$$

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan metode kuesioner. Menurut Sugiyono (2015) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti yaitu kuesioner online karena mengikuti anjuran pemerintah secara *social distancing*. Kuesioner berisi pernyataan- pernyataan mengenai kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli produk makanan di restoran Jepang. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2015), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis statistik deskriptif. Analisis deskriptif memberikan gambaran atau gambaran atas data yang dikumpulkan dalam penelitian. Data tersebut berasal dari jawaban-jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuisioner. Peneliti akan mengolah data dengan cara dikelompokkan kemudian diberikan penjelasan. Setelah data dari responden terkumpul, maka penulis kemudian melakukan pencarian nilai rata-rata dari data tersebut. Nilai dari masing-masing pernyataan dikalikan dengan jumlah frekuensi sesuai dengan yang responden pilih. Selanjutnya nilai dari seluruh jawaban berdasarkan pernyataan akan dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah sampel/responden. Sehingga didapat jumlah nilai rata-rata disetiap masing-masing pernyataan.

Setelah nilai rata-rata didapat, langkah selanjutnya yaitu melakukan pemberian kriteria responden terhadap kesadaran halal dan label halal terhadap minat beli produk makanan di restoran Jepang digunakan tabel skala interval interpretasi. Adapun tabel skala interval interpretasi sebagai berikut:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik responden dianalisis menurut 7 kategori. Yaitu jenis kelamin, agama, pekerjaan, usia, pendidikan terakhir, berapa kali mengunjungi restoran Jepang, dan jumlah kunjungan di masing-masing restoran. Adapun berikut ini penjelasannya:

Karakteristik jenis kelamin responden

Berdasarkan data yang telah didapatkan sebanyak 41,7% responden yang berjenis kelamin laki-laki dan 58,3% responden yang berjenis kelamin perempuan. Hasil presentase tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	25	41,7%
Perempuan	35	58,3%
Total	60	100%

Sumber: Hasil Olahan Data. 2020

Karakteristik agama responden

Berdasarkan data yang telah didapatkan sebanyak 100% responden ialah beragama Islam. Hasil presentase tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Karakteristik Agama Responden

Agama	Frekuensi	Presentase
Islam	60	100%
Total	60	100%

Sumber: Hasil Olahan Data. 2020

Karakteristik pekerjaan responden

Berdasarkan data yang telah didapatkan sebanyak 1,7% responden seorang kontraktor, sebanyak 5% responden seorang kasir, sebanyak 6,7% responden seorang pedagang, sebanyak 8,3% responden seorang mekanik, sebanyak 10% responden seorang pengajar, sebanyak 16,7% responden seorang ibu rumah tangga, dan sebanyak 51,7% responden seorang mahasiswa. Hasil

presentase tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Karakteristik Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Ibu rumah tangga	10	16,7%
Mahasiswa	31	51,7%
Kasir	3	5%
Pedagang	4	6,7%
Pengajar	6	10%
Mekanik	5	8,3%
Kontraktor	1	1,7%
Total	60	100%

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Karakteristik usia responden

Berdasarkan data yang telah didapatkan sebanyak 71,7% responden berusia 21-25 tahun, sebanyak 13,3% responden berusia 26-30 tahun, dan sebanyak 15% responden berusia >30tahun.

Hasil presentase tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Karakteristik Usia Responden

Usia	Frekuensi	Presentase
16-20 tahun	0	0%
21-25 tahun	43	71,7%
26-30 tahun	8	13,3%
>30 tahun	9	15%
Total	60	100%

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Karakteristik pendidikan terakhir responden

Berdasarkan data yang telah didapatkan sebanyak 51,7% responden lulusan SMA/SMK, sebanyak 18,3% responden lulusan D1-D3, dan sebanyak 30% responden lulusan S1-S3. Hasil presentase tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
SMA/SMK	31	51,7%
D1-D3	11	18,3%
S1-S3	18	30%
Total	60	100%

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Berapa kali pernah makan di restoran Jepang

Berdasarkan data yang telah didapatkan sebanyak 71,7% responden dengan jumlah kunjungan restoran Jepang 1-3, sebanyak 21,7% responden dengan jumlah kunjungan restoran Jepang 4-6, dan sebanyak 6,7% responden dengan jumlah kunjungan restoran Jepang >6. Hasil presentase tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Berapa kali pernah makan di restoran Jepang

Jumlah Kunjungan	Frekuensi	Presentase
0	-	-
1-3	43	71,7%
4-6	13	21,7%
>6	4	6,7%
Total	60	100%

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Jumlah kunjungan di setiap masing-masing restoran

Berdasarkan data yang telah didapatkan, jumlahnya masing-masing restoran ialah sebanyak 10 orang yang pernah makan di keenam restoran tersebut. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Jumlah kunjungan di setiap masing-masing restoran

Nama Restoran	Jumlah
Restoran D'Sushi	10
Takigawa Not Takikawa	10
Marugame Udon Resto Jepang	10
Sushi Tei Makassar	10
Hanashobu Japanese Noodle Bar Makassar	10
Golden Suki	10
Total	60

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Penjabaran data yang telah didapatkan dari setiap variabel yang berisi item pernyataan dari kuesioner dapat dilihat pada uraian di bawah ini, sebagai berikut:

Kesadaran Halal

Pada variabel kesadaran halal terdapat 8 indikator dengan 9 kriteria pernyataan sesuai dengan yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut ini merupakan hasil penilaian rata-rata dari responden beserta deskripsi dari masing-masing pernyataan.

Adapun tabel data penilaian responden terhadap indikator kesadaran halal yang penulis ambil dari hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 10. Persepsi Responden Terhadap Indikator Kesadaran Halal

Skala	Indikator Kesadaran Halal									
	Pernyataan 1		Pernyataan 2		Pernyataan 3		Pernyataan 4		Pernyataan 5	
	N	Skor	N	Skor	N	Skor	N	Skor	N	Skor
(SS)	14	70	28	140	55	275	58	290	60	300
(ST)	46	184	32	128	5	20	2	8	0	0
(KS)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(TS)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(STS)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	60	254	60	268	60	295	60	298	60	300
Rata-rata	4,23		4,47		4,91		4,97		5	
Kriteria	(SS)		(SS)		(SS)		(SS)		(SS)	

Sumber: Data yang diolah dari hasil kuesioner, 2020

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel nilai skor dan nilai rata-rata, dari hasil penyebaran kuesioner online mengenai Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Di Restoran Jepang, terhadap indikator kesadaran halal akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pernyataan satu, yaitu "Sebelum membeli produk makanan Jepang, saya akan meninjau kembali proses produksinya". Maksud dari pernyataan satu adalah penulis ingin mengetahui apakah responden meninjau terlebih dahulu proses produksi makanan Jepang sebelum mereka membelinya. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 254 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 4,23.
2. Pernyataan dua, yaitu "Saya hanya akan membeli produk makanan Jepang bila yakin dengan proses produksinya". Maksud dari pernyataan dua adalah penulis ingin mengetahui apakah responden hanya akan membeli produk makanan Jepang bila yakin dengan proses produksinya. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 268 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan

yaitu 4,47.

3. tiga, yaitu “Saya paham apa itu halal”. Maksud dari pernyataan tiga adalah penulis ingin mengetahui apakah responden paham dan mengetahui apa itu halal. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 295 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 4,91.
4. Pernyataan empat, yaitu “Mengonsumsi makanan halal adalah hal yang penting bagi saya”. Maksud dari pernyataan empat adalah penulis ingin mengetahui apakah bagi responden mengonsumsi makanan halal adalah hal yang penting. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 296 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 4,97.
5. Pernyataan lima, yaitu “Kebersihan produk makanan merupakan hal yang sangat penting bagi saya”. Maksud dari pernyataan lima adalah penulis ingin mengetahui apakah bagi responden kebersihan produk makanan merupakan hal yang sangat penting. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 300 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 5.

Adapun tabel data penilaian responden terhadap indikator kesadaran halal yang penulis ambil dari hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 11. Persepsi Responden Terhadap Indikator Kesadaran Halal

Skala	Kesadaran Halal							
	Pernyataan 6		Pernyataan 7		Pernyataan 8		Pernyataan 9	
	N	Skor	N	Skor	N	Skor	N	Skor
(SS)	60	300	60	300	60	300	60	300
(ST)	0	0	0	0	0	0	0	0
(KS)	0	0	0	0	0	0	0	0
(TS)	0	0	0	0	0	0	0	0
(STS)	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	60	300	60	300	60	300	60	300
Rata-rata	5		5		5		5	

Skala	Kesadaran Halal							
	Pernyataan 6		Pernyataan 7		Pernyataan 8		Pernyataan 9	
	N	Skor	N	Skor	N	Skor	N	Skor
Kriteria	(SS)		(SS)		(SS)		(SS)	

Sumber: Data yang diolah dari hasil kuesioner, 2020

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel nilai skor dan nilai rata-rata, dari hasil penyebaran kuesioner online mengenai Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Di Restoran Jepang, terhadap indikator kesadaran halal akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pernyataan enam, yaitu "Terdapat label halal pada restoran Jepang adalah hal penting". Maksud dari pernyataan enam adalah penulis ingin mengetahui apakah bagi responden dengan adanya label halal pada restoran Jepang adalah hal yang penting. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 300 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 5.
2. Pernyataan tujuh, yaitu "Label halal menjadi pertimbangan saya dalam membeli produk makanan". Maksud dari pernyataan tujuh adalah penulis ingin mengetahui apakah label halal dijadikan pertimbangan oleh responden saat akan membeli produk makanan. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 300 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 5.
3. Pernyataan delapan, yaitu "Saya akan memilih produk makanan berdasarkan ada tidaknya label halal". Maksud dari pernyataan delapan adalah penulis ingin mengetahui apakah responden memilih produk makanan berdasarkan ada tidaknya label halal. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 300 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 5.
4. Pernyataan sembilan, yaitu "Saya lebih memilih produk makanan yang memiliki label halal daripada produk yang tidak memiliki label halal". Maksud dari pernyataan sembilan adalah penulis ingin mengetahui apakah responden lebih memilih produk makanan yang ada label halalnya daripada yang tidak ada label halalnya. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 300 dari 60 jumlah responden

termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 5.

Minat Beli

Pada variabel minat beli terdapat 4 indikator dengan 5 kriteria pernyataan sesuai dengan yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut ini merupakan hasil penilaian rata-rata dari responden beserta deskripsi dari masing-masing pernyataan. Adapun tabel data penilaian responden terhadap indikator kesadaran halal yang penulis ambil dari hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 12. Persepsi Responden Terhadap Indikator Minat Beli

Skala	Indikator Minat Beli									
	Pernyataan 10		Pernyataan 11		Pernyataan 12		Pernyataan 13		Pernyataan 14	
	N	Skor	N	Skor	N	Skor	N	Skor	N	Skor
(SS)	60	300	58	290	59	295	60	300	60	300
(ST)	0	0	2	8	1	4	0	0	0	0
(KS)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(TS)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(STS)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	60	300	60	298	60	299	60	300	60	300
Rata-rata	5		4,97		4,98		5		5	
Kriteria	(SS)		(SS)		(SS)		(SS)		(SS)	

Sumber: Data yang diolah dari hasil kuesioner, 2020

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel nilai skor dan nilai rata-rata, dari hasil penyebaran kuesioner online mengenai Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Di Restoran Jepang, terhadap indikator minat beli akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pernyataan sepuluh, yaitu “Memilih untuk membeli produk makanan halal adalah ide yang bagus”. Maksud dari pernyataan sepuluh adalah penulis ingin mengetahui apakah menurut responden dengan memilih untuk membeli produk makanan halal adalah ide yang bagus. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 300 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 5.
2. Pernyataan sebelas, yaitu “Teman-teman saya juga berpikir bahwa saya harus memilih

produk makanan halal”. Maksud dari pernyataan sebelas adalah penulis ingin mengetahui apakah sebagai responden teman-teman mereka juga berpikir untuk harus memilih produk makanan halal. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 298 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 4,97.

3. Pernyataan duabelas, yaitu “Kebanyakan orang terdekat dengan saya memilih produk halal”. Maksud dari pernyataan duabelas adalah penulis ingin mengetahui apakah orang terdekat responden memilih produk yang halal. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 299 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 4,98.
4. Pernyataan tigabelas, yaitu “Saya akan merekomendasikan produk makanan halal kepada orang lain”. Maksud dari pernyataan tigabelas adalah penulis ingin mengetahui apakah responden akan merekomendasikan produk makanan halal kepada orang lain. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 300 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 5.
5. Pernyataan empatbelas, yaitu “Keluarga saya lebih suka dengan produk halal”. Maksud dari pernyataan empatbelas adalah penulis ingin mengetahui apakah keluarga responden lebih menyukai produk halal. Adapun hasil total nilai yang didapatkan dari penelitian responden melalui kuesioner online, sebanyak 300 dari 60 jumlah responden termasuk kriteria sangat setuju, sesuai dengan banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan yaitu 5.

Pembahasan

Pada penelitian ini, penulis memilih 6 restoran Jepang yang ada di kota Makassar yang dijadikan sebagai subjek dalam penelitian ini. Adapun penjelasan mengenai ke 6 restoran Jepang tersebut adalah sebagai berikut:

1. Restoran D’Sushi

D’Sushi ialah salah satu restoran Jepang yang terletak di Jl. Pattimura no. 23 Makassar. D’Sushi menyediakan berbagai jenis sushi dengan harga yang cukup terjangkau. Aneka sushi yang disajikan di restoran ini seperti Unagi Nigiri, Salmon Nigiri, Tuna Nigiri, Rainbow Roll, Monza Sushi, Tuna Ball, dan Unagi Ball. Terdapat juga berbagai menu lain seperti kari yang berbahan ayam, salmon, maupun udang. Di restoran ini semua makanan yang disajikan

sudah halal, jadi para pengunjung tidak perlu khawatir untuk datang ke restoran D'Sushi ini (desushi.biz).



Gambar 1: Restoran D'Sushi dan menu terbaru
Sumber: <https://www.instagram.com/s/desushi>

2. Takigawa not Takikawa

Restoran Takigawa berlokasi di Mall Ratu Indah Makassar Jl. Dr. Sam Ratulangi no. 35. Restoran ini mempunyai berbagai jenis ramen yang enak dan patut untuk di coba bagi pecinta ramen. Untuk yang belum pernah mencobanya, ramen adalah mie kuah Jepang yang sebenarnya berasal dari Cina dan telah menjadi hidangan yang sangat populer di Jepang. Ciri khas ari ramen adalah bentuk mie yang tipis dan berwarna kuning merupakan hasil buatan tangan atau buatan mesin. Takigawa memiliki 6 jenis varian ramen dengan harga yang cukup terjangkau yaitu: Kawa ramen, Temago ramen, Miso Ramen dan Ebi Ramen dengan harga Rp 49.000. Wakana Ramen dan Spicy ramen dengan harga Rp 45.000. meski menyediakan banyak jenis kuliner Jepang, Takigawa menyiapkan menu andalan yaitu, Kamameshi, Takigawa Roll serta Fushion Sushi. Bagi masyarakat kota Makassar yang ingin mencoba dan menikmati makanan di restoran ini tidak perlu khawatir pada kehalalan menu-menu yang disajikan. Karena Takigawa telah mengantongi sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan bahan baku yang digunakan pun dipilih sudah standar operasional prosedur, ada sertifikat halal (gomuslim.co.id).



Gambar 2: Takigawa not Takikawa
Sumber: <https://instagram.com/takigawamks?igshid=1xv8kv6uznh6>

3. Hanashobu Japanese Noodle Bar Makassar

Restoran ini terletak di Jl. Pattimura Jl. Ujung Pandang BARu no. 3A kota Makassar dan buka setiap hari, jam 08.00-20.00. Direktur Utama Hanashobu Japanese Noodle Bar Erwin Wijaya mengatakan, pihaknya menghadirkan berbagai varian menu ramen yang halal dan mie yang digunakan di restoran adalah buatan khusus dari Hanashobu dan diolah menjadi sajian aneka ramen seperti ramen rider, curry ramen, beef ramen, black garlic ramen, dan masih banyak lagi. Selain menawarkan aneka jenis ramen, restoran ini juga hadir dengan keunikan tempatnya. Pengunjung akan menikmati suasana restoran yang bergaya Jepang termasuk dengan adanya ornament Kamen Rider yang sangat lucu (tribunnews.com).



Gambar 3: Hanashobu Japanese dan list menu

Sumber: <https://hanashobu-japanese-noodle-bar-makassar.business.site>

4. Marugame Udon Resto Jepang

Marugame Udon berlokasi di Mall Panakkukang, Lantai Ground, Jl. Boulevard, no.16A-17, Makassar. Restoran ala Jepang dengan menu andalan mie (udon) dan tempura ini sudah mempunyai sertifikat halal MUI. Selain menyajikan makanan yang enak, tempatnya pun juga bagus untuk berkumpul bersama. Adapun yang menjadi menu andalan di restoran ini adalah Niku udon, Beef curry udon, Chicken katsu, Udon tempura, Bento box dan masih banyak lagi yang lainnya (tribunnews.com).



Gambar 4: Marugame Udon dan salah satu menu mie ramen

Sumber: <https://makassar.tribunnews.com/amp/2019/03/01>

5. Sushi Tei Makassar

Sushi Tei terletak di Jl. Pattimura no.1, kota Makassar. Restoran makanan khas Jepang ini sudah memiliki sertifikasi halal MUI dari Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Marketing Communication Sushi Tei, Fitri Rahim mengatakan ada sekitar 300 menu tersedia di Sushi Tei.



Gambar 5: Sushi Tei dan salah satu menu makanan (salmon cheese roll)

Sumber: <https://makassar.tribunnews.com/2020/01/30/>

Restoran ini juga menawarkan menu lain seperti noodles, tempura, donmono, wanmono, agemono, soup dan Japanese wagyu. Dari 300 menu, adapun beberapa menu yang paling diincar pengunjung di Sushi Tei seperti Salom Kazan sushi, Salmon Cheese Roll, Tuna Salad Crispy Mentai, Fish Roll, dan Fuji Roll (tribunnews.com).

6. Golden Suki

Restoran yang terletak di Jl. Sultan Hasanuddin no.6, kota Makassar ini merupakan salah satu restoran yang memenuhi kebutuhan selera para pecinta suki ataupun dimsum. Golden Suki lebih banyak melakukan fusion dari menu-menu yang dihadirkan. Selain itu, yang membedakan banyak olahan yang diolah secara khusus dan masih dalam keadaan fresh. Khusus untuk suki, biasanya tamu langsung saja menyantap hidangan suki karena sudah disediakan terlebih dahulu. Tetapi, Golden Suki juga ada beberapa menu yang dibuat sendiri seperti bakso, aneka bahan ikan, sapi hingga jamur- jamur olahan. Adapun beberapa menu terpisah yang disiapkan seperti bebek panggan, udang cabe garam, hingga ayam kungpao. Dan makanan yang ditawarkan juga sudah halal (tribunnews.com).

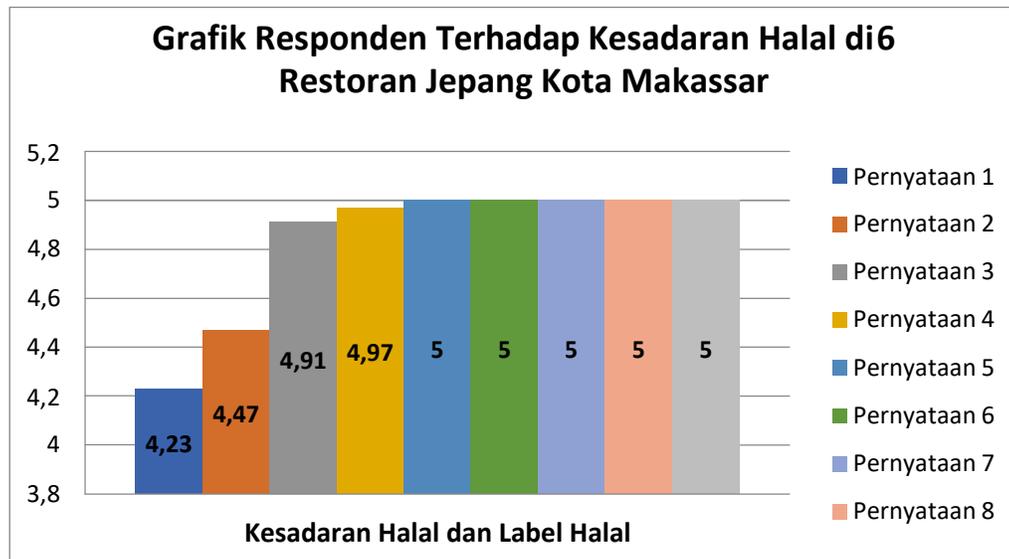


Gambar 6: Golden Suki dan salah satu menu suki

Sumber: <https://makassar-tribunnews-com.cdn.ampproject.org/v/s/makassar>

Kesadaran Halal

Berdasarkan tabel indikator kesadaran halal sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan persepsi responden dari masing-masing pernyataan. Namun perbedaan yang dilihat tidak terlalu signifikan, berikut ini dapat dilihat berdasarkan gambar grafik dibawah ini:



Gambar 7: Grafik Kesadaran Halal

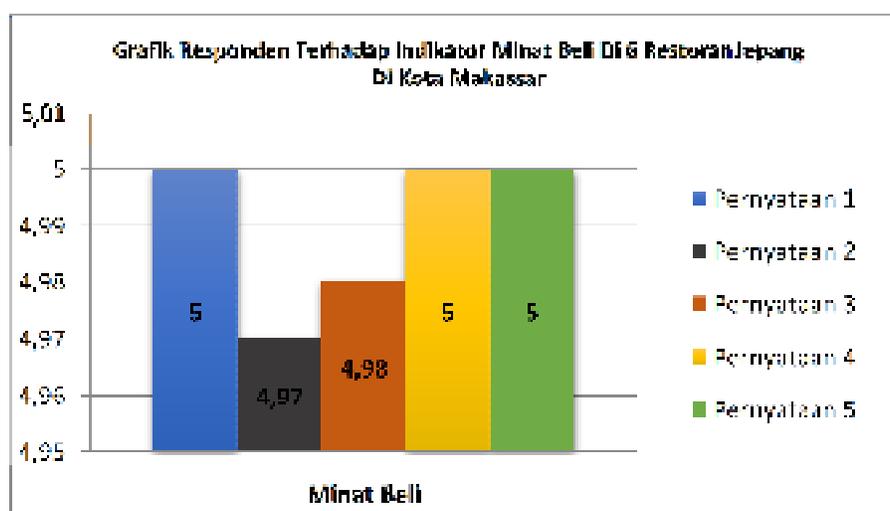
Sumber: Data yang diolah dari hasil kuesioner, 2020

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata tertinggi diberikan oleh responden, terhadap indikator kesadaran halal dan label halal terdapat pada pernyataan kelima, keenam, ketujuh, kedelapan dan kesembilan. Yang berarti kebanyakan responden sangat setuju dengan pernyataan kebersihan produk makanan adalah hal yang penting, terdapat label halal pada restoran Jepang adalah hal penting, label halal menjadi pertimbangan dalam dalam membeli produk makanan, akan memilih produk makanan berdasarkan ada tidaknya label halal, dan lebih

memilih produk makanan yang berlabel halal dibandingkan yang tidak memiliki label halal. Dibuktikan dari banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan dari hasil penelitian, yaitu masing-masing sebanyak 5. Dan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan pertama, namun masuk dalam kategori sangat setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebelum membeli produk makanan Jepang responden akan meninjau kembali proses produksinya. Dibuktikan dari nilai rata-rata yang didapatkan sebanyak 4,23.

Minat Beli

Berdasarkan tabel indikator minat beli sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan persepsi responden dari masing-masing pernyataan. Namun perbedaan yang dilihat tidak terlalu signifikan, berikut ini dapat dilihat berdasarkan gambar grafik dibawah ini:



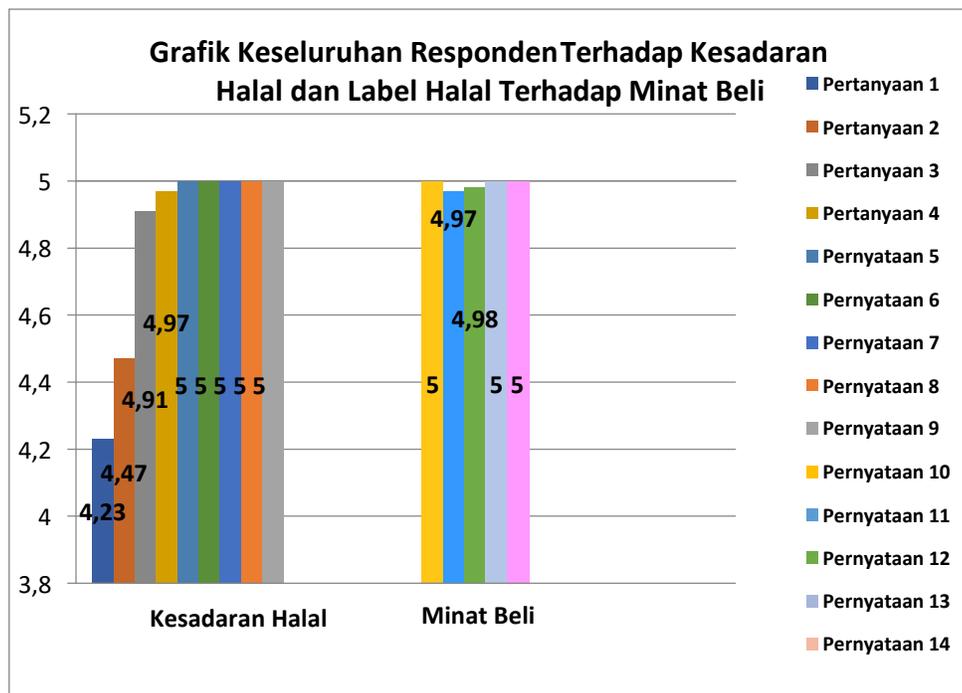
Gambar 8: Grafik Minat Beli

Sumber: Sumber: Data yang diolah dari hasil kuesioner, 2020

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata tertinggi diberikan oleh responden, terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel minat beli terdapat pada pernyataan pertama, keempat, dan kelima. Yang berarti responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa memilih untuk membeli produk makanan halal adalah ide yang bagus, akan merekomendasikan produk makanan halal kepada orang lain, dan keluarga lebih suka dengan produk halal. Dibuktikan dari banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan dari hasil penelitian semuanya sama yaitu sebanyak 5. Dan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan kedua, namun masuk kategori sangat setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa teman-teman juga berpikir untuk harus memilih produk makanan halal. Dibuktikan dari jumlah nilai rata-rata yang didapatkan dari hasil penelitian yaitu, 4,97.

Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli

Adapun grafik nilai rata-rata secara keseluruhan yang diberikan oleh responden pada masing-masing pernyataan disetiap indikator kuesioner Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Di Restoran Jepang (Studi Kasus Di 6 Restoran Jepang Di Kota Makassar), sebagai berikut:



Gambar 9: Grafik Responden Terhadap Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat

Sumber: Data yang diolah dari hasil kuesioner, 2020

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat nilai rata-rata secara keseluruhan yang diberikan oleh responden terhadap Kesadaran Halal, Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Di Restoran Jepang, nilai rata-rata tertinggi yang diberikan oleh responden terhadap indikator kesadaran halal dan label halal terdapat pada pernyataan kelima, keenam, ketujuh, kedelapan dan kesembilan. Yang berarti kebanyakan responden sangat setuju dengan pernyataan kebersihan produk makanan adalah hal yang penting, terdapat label halal pada restoran Jepang adalah hal penting, label halal menjadi pertimbangan dalam dalam membeli produk makanan, akan memilih produk makanan berdasarkan ada tidaknya label halal, dan

lebih memilih produk makanan yang berlabel halal dibandingkan yang tidak memiliki label halal. Dibuktikan dari banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan dari hasil penelitian, yaitu masing-masing sebanyak 5. Terhadap indikator minat beli terdapat pada pernyataan pertama, keempat dan kelima yaitu masing-masing nilai rata-ratanya adalah 5. Dan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator kesadaran halal dan label halal pada pernyataan pertama yaitu 4,23.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Di Restoran Jepang (Studi Kasus Di 6 Restoran Jepang Di Kota Makassar), maka penulis dapat menarik kesimpulan yaitu : Kesadaran Halal pengunjung 6 restoran Jepang yang ada di Kota Makassar sudah sangat baik. Dapat dilihat dari hasil jawaban responden dengan nilai rata-rata tertinggi diberikan oleh responden terhadap indikator kesadaran halal terdapat pada pernyataan kelima, keenam, ketujuh, kedelapan dan kesembilan. Yang berarti kebanyakan responden sangat setuju dengan pernyataan kebersihan produk makanan adalah hal yang penting, terdapat label halal pada restoran Jepang adalah hal penting, label halal menjadi pertimbangan dalam membeli produk makanan, akan memilih produk makanan berdasarkan ada tidaknya label halal, dan lebih memilih produk makanan yang berlabel halal dibandingkan yang tidak memiliki label halal. Dibuktikan dari banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan dari hasil penelitian, yaitu masing-masing sebanyak 5. Dan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan pertama, namun masuk dalam kategori sangat setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebelum membeli produk makanan Jepang responden akan meninjau kembali proses produksinya. Dibuktikan dari nilai rata-rata yang didapatkan sebanyak 4,23.

Minat beli produk makanan di 6 restoran Jepang di kota Makassar, nilai rata-rata tertinggi diberikan oleh responden, terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel minat beli terdapat pada pernyataan pertama, keempat, dan kelima. Yang berarti responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa memilih untuk membeli produk makanan halal adalah ide yang bagus, akan merekomendasikan produk makanan halal kepada orang lain, dan keluarga lebih suka dengan produk halal. Dibuktikan dari banyaknya jumlah nilai rata-rata yang didapatkan dari hasil penelitian semuanya sama yaitu sebanyak 5. Dan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan kedua, namun masuk kategori sangat setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa teman-teman juga berpikir untuk harus memilih produk makanan halal. Dibuktikan dari jumlah nilai rata-rata yang didapatkan dari hasil penelitian yaitu, 4,97.

Adapun grafik nilai rata-rata secara keseluruhan yang diberikan oleh responden pada masing-masing pernyataan disetiap indikator kuesioner Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Di Restoran Jepang (Studi Kasus Di 6 Restoran Jepang Di Kota Makassar) sudah sangat baik, karena nilai rata-rata keseluruhan yang diberikan oleh responden pada masing-masing pernyataan disetiap indikator kuesioner diatas, semua kriteria sangat setuju yang diberikan oleh responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Badaruddin, M. N. (2016). *PERSEPSI TAMU TERHADAP ETIKET PELAYANAN GUEST SERVICE AGENT DI NOVOTEL MAKASSAR GRAND SHAYLA CITY CENTRE*. MAKASSAR, INDONESIA: POLITEKNIK BOSOWA.
- Gomuslim. (2017, Desember 26). Resto Halal Khas Jepang Ini Resmi Hadir di Makassar. Makassar, Indonesia. Retrieved from <https://m.gomuslim.co.id/read/news/2017/12/26/6519/resto-halal-khas-jepang-ini-resmi-hadir-di-makassar-html>.
- Hikmawati, F. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN*. Depok, Indonesia: Rajawali Pers.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks* , 100.
- Napitasari, A. (2018). ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PADA RESTORAN BERSERTIFIKAT HALAL MUI DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA TAHUN 2018 (Studi Kasus Konsumen Waroeng Steak and Shake, Gudang Yu Djum, Bakso Betesda 74). Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* , 7 (Nomor 5).
- Nofianti, A. K., & Rofiqoh, S. N. (2019). Kesadaran Dan Logo Halal: Apakah Menentukan Minat Beli? (Studi Pada Praktisi Bisnis UMKM Di Gresik. *Journal of Halal Product and Research* , 16-24.
- Pambudi, B. G. (2018). *Pengaruh Kesadaran Halal Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan (Studi pada Pemuda Muslim Bandarlampung)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Bandarlampung.
- Puspita, S. (2019, Juni 11). Festival budaya dan kuliner Jepang. Retrieved from <https://amp-kompas-com.cdn.ampproject.org>.
- Rahma, F. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Ichi Sushi GKB Gresik. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tribun news. (2019, March 1). Mau makan mie ramen? Tak perlu jauh-jauh ke Jepang!. Makassar, Indonesia. Retrieved from <https://makassar.tribunnews.com/amp/2019/03/01/tribunwiki-mau-makan-mie-ramen-tak-perlu-jauh-jauh-ke-jepang-berikut-ini-5-lokasinya-di-makassar?page=3>
- Waskito, D. (2015). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Yogyakarta), Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Windikusuma, D. K. (2015). *Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Sikap Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro*. Semarang.