



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 7135-7141

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Steak Moen-Moen

Annisa Wulandari<sup>1</sup>, M. Iqbal Yusri<sup>2</sup>, Intan Puspita Rini<sup>3</sup>

Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Jakarta

[annisaw291@gmail.com](mailto:annisaw291@gmail.com) [miqbalyus@gmail.com](mailto:miqbalyus@gmail.com) [intan.puspitarini22@gmail.com](mailto:intan.puspitarini22@gmail.com)

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada restoran steak moen-moen di bogor, jawa barat . studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner daring kepada 130 responden yang pernah membeli produk steak moen-moen. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi liner berganda untuk mengukur hubungan antara variabel bebas, yaitu sertifikasi halal dan kualitas produk dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen. Hasilnya menunjukkan bahwa sertifikasi halal dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.*

*Kata kunci: Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Konsumen*

### **1. Latar Belakang**

Data statistik penduduk menurut wilayah dan agama yang dianut Indonesia pada tahun 2024 menunjukkan bahwa “penduduk Indonesia yang beragama Islam mencapai kurang lebih 245.973.915 juta jiwa atau 87,08% dari total populasi di Indonesia yang berjumlah 282.477.584 juta jiwa”. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen muslim menduduki potensi besar bagi pasar halal. Tak diragukan lagi, mulai banyak produsen yang bersaing untuk merancang label halal pada produk-produk pangannya. Label halal pada produk mulai diwajibkan pada tahun 1996. Peraturan ini muncul setelah dilihat pentingnya sertifikasi halal untuk melindungi kepentingan umat islam di Indonesia [1].

Banyak produsen yang tidak menjalankan prosedur bisnis sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Padahal, sebagai produsen, mereka seharusnya memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen yang menikmati hasil produksinya. Salah satu fenomena yang terjadi adalah pencabutan sertifikat halal produk Roti Okko oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama (Kemenag). Pencabutan ini dilakukan setelah tim pengawasan BPJPH melakukan investigasi dan menemukan sejumlah pelanggaran terhadap regulasi Jaminan Produk Halal (JPH).

Melihat fenomena yang ada, Indonesia mulai memperkuat sertifikasi halal tidak hanya untuk makanan dan minuman, tetapi juga obat-obatan dan kosmetik. Semua produk yang dikonsumsi, baik dari dalam negeri maupun impor, wajib melalui proses sertifikasi halal. Untuk mendukung aturan ini, didirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) yang bertanggung jawab dalam proses sertifikasi halal, selain itu mewajibkan pencantuman label halal, pemerintah juga mendorong produsen untuk menjaga kualitas produk [2]

Indonesia merupakan negara yang Sebagian besar penduduknya memeluk agama islam. Dalam ajaran agama islam mengatur banyak hal yang ditunjukkan pada umatnya, salah satunya yaitu diwajibkan setiap umatnya untuk mengkonsumsi makanan atau barang yang diperbolehkan sesuai dengan syariat islam [3]. Seorang muslim yang memilih untuk mengkonsumsi produk halal menunjukkan kepatuhan pada ajaran islam yang didasarkan pada pengetahuan dan keyakinan terhadap kebenaran Al-Qur'an dan Hadist.

Sertifikasi halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam[4]. Sertifikasi halal menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing produk di pasar terutama indonesia yang mayoritas penduduknya beragama islam. Jaminan kehalalan tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga menambah nilai dan membangun kepercayaan. Sebagaimana yang

terdapat dalam Undang-Undang RI Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang RI Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam [5] kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya.

Steak Moen-Moen adalah restoran steak yang telah beroperasi sejak 31 Desember 2004, dan kini telah berkembang dengan 45 outlet di berbagai kota besar di Indonesia. Restoran ini pertama kali didirikan di Surakarta, Solo, Jawa Tengah. Dengan mengandalkan hidangan steak sebagai menu utama. Meskipun awalnya menggunakan lokasi sewa, restoran ini berhasil menarik banyak pengunjung. Nama Steak Moen-Moen diambil dari nama kecil istri pendiri, Bapak Budi Utomo, yaitu Menik yang dipanggil “Mun-Mun” oleh neneknya. Untuk memberikan kesan unik, nama tersebut diubah menjadi “Moen-Moen” hingga saat ini menjadi identitas restoran tersebut.

Seiring dengan berkembangnya usaha, Steak Moen-Moen kini memiliki cabang di berbagai kota besar khususnya di Bogor, Jawa Barat dengan populasi yang heterogen namun didominasi oleh masyarakat muslim, menunjukkan antusiasme tinggi terhadap produk makanan berkualitas yang mengutamakan aspek kehalalan. Untuk memenuhi kebutuhan ini, Steak Moen-Moen telah memperoleh sertifikasi halal pada 05 Mei 2024 yang menunjukkan bahwa seluruh proses produksi, mulai dari bahan baku hingga penyajian, memenuhi standar halal sesuai dengan syariat Islam, sehingga mampu memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen.

Selain itu, kualitas produk juga menjadi kunci keberhasilan Steak Moen-Moen dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan industri kuliner. Produk yang dihasilkan restoran ini dikenal tidak hanya lezat tetapi juga memenuhi standar kualitas tinggi. Kombinasi antara sertifikasi halal dan kualitas produk yang terjamin menjadi daya tarik utama bagi konsumen di Bogor, Jawa Barat dalam mengambil keputusan pembelian.

Menurut Basu Swastha (2003:129) dalam [6] “faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya omzet penjualan, dibagi menjadi dua faktor yaitu, pertama, faktor internal. Yaitu faktor yang dikendalikan oleh pihak-pihak Perusahaan, pada umumnya faktor internal adalah; a. kemampuan Perusahaan untuk mengelola produk yang akan dipasarkan, b. kebijaksanaan harga dan promosi yang digariskan Perusahaan, c. kebijakan untuk memilih perantara yang digunakan. Kedua, faktor eksternal, yaitu faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh Perusahaan pada umumnya adalah; a. perkembangan ekonomi perdagangan baik nasional maupun perdagangan moneter, b. kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, perdagangan dan moneter, c. suasana pasar”.

Dari beberapa faktor di atas terdapat faktor kebijakan pemerintah di bidang perdagangan yang salah satunya mewajibkan pencantuman label halal pada produk, faktor kualitas produk, dan harga yang mempengaruhi naik atau turunnya penjualan. Dari sini peneliti akan mencoba menerangkan tentang bagaimana pengaruh sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian konsumen di Steak Moen-Moen.

Penelitian ini difokuskan pada konsumen Steak Moen-Moen Bogor, Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor sertifikasi halal sebagai kebijakan pemerintah dalam perdagangan ataupun oleh faktor kualitas produk. Berkaitan dengan hal itu, apakah para konsumen Steak Moen-Moen merasakan peningkatan dalam pembelian atau sebaliknya.

## 2. Metode Penelitian

Jenis Penelitian ini lebih dari satu variabel yang akan dibahas disarankan menggunakan metode kuantitatif untuk mengeksplorasi sebab dan akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian kuantitatif adalah hasil penelitian berupa angka-angka dari perhitungan statistik [7]. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

### 2.1. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan total dari seluruh objek atau subjek yang akan diteliti [8]. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi atau membeli Steak Moen-Moen di Bogor, Jawa Barat. Sampel adalah Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi [9]. Adapun metode pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* khususnya dengan pendekatan *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara sampel diambil tidak secara acak sehingga tidak memberi kesempatan tiap anggota populasi untuk menjadi sampel yang sama, sedangkan *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan [10]. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti menetapkan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga individu-individu yang terpilih dianggap relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian.

## 2.2. Metode Analisis Data

Teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner dengan alat bantu Google Form yang berupa link sebagai perantara, hal ini selain mudah juga menghemat waktu. Kuesioner ini disusun dengan menggunakan skala likert terdiri dari angka 1-5 dengan pernyataan sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Dimana setiap pernyataan menggunakan pilihan ganda, agar mendapatkan data yang bersifat subjektif dan nantinya setiap jawaban diberikan skor 1-5 pernyataan sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Dimana setiap pernyataan menggunakan pilihan ganda, agar mendapatkan data yang bersifat subjektif dan nantinya setiap jawaban diberikan skor. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan software SPSS versi 22. Analisis data yang dilakukan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis statistik.

## 3. Hasil dan Diskusi

### 3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data telah terdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan terdistribusi normal apabila signifikansi pada output uji normalitas adalah lebih besar dari 0,05 atau lebih besar dari 5%. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test*

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61041607
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.059
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.023 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat bahwa output uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,023. Untuk memenuhi syarat uji asumsi klasik pada uji normalitas adalah signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%. Oleh karena itu maka dilakukan uji *monte carlo*. Berikut adalah hasil uji *monte carlo* :

Tabel 2. Uji Normalitas *Monte Carlo*

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61041607
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.059
Test Statistic		.085

Asymp. Sig. (2-tailed)		.023 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.292 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.280
	Upper Bound	.303

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000

Berdasarkan tabel 2. Hasil uji monte carlo dapat dilihat nilai signifikansi pada *monte carlo sig. (2-tailed)* adalah 0,292. Nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Ini menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

### 3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) dalam [11] uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Sertifikasi Halal	0,959	1.043	Tidak Terjadi Gejala Multikolinearitas
Kualitas Produk	0,959	1.043	Tidak Terjadi Gejala Multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 3. dari hasil Uji *Tolerance* pada hasil output SPSS, masing – masing variabel independen memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan juga dari hasil Uji VIF pada hasil output SPSS, masing – masing variabel independen memiliki VIF <10. Maka dapat dinyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat Multikolinearitas.

### 3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut sugiyono dalam [12] analisis regresi linier berganda bertujuan untuk meramalkan keadaan naik turunya variabel dependen jika dua variabel independen. Adapun hasil analisis regresi linear berganda yang diperoleh adalah :

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.605	1.856		1.942	.054
	Sertifikasi Halal	.263	.068	.291	3.889	.000
	Kualitas Produk	.444	.078	.427	5.708	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4. maka dapat disimpulkan bahwa persamaan dari regresi linier berganda dari tabel tersebut adalah sebagai berikut :

$$\text{Keputusan Pembelian} = 3.605 + 0.263X_1 + 0.444X_2 + e$$

Arti dari persamaan regresi linear berganda berdasarkan tabel di atas adalah :

1. Nilai Konstanta 3.605 mempunyai arti nilai konstanta Y, jika Sertifikasi Halal (X1), dan Kualitas Produk (X2) bernilai nol maka Keputusan Pembelian memiliki nilai 3.605

2. Nilai koefisien regresi variabel Sertifikasi halal (X1) yaitu 0.263, hal ini berarti bahwa setiap peningkatan variabel Sertifikasi halal ( karena bernilai positif ) satu tingkat akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0.263 dengan anggapan variabel independen lain tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X2) yaitu 0.444. hal ini berarti bahwa setiap peningkatan variabel Kualitas Produk ( karena bernilai positif ) satu tingkat akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0.444 dengan anggapan variabel independen lain tetap.

### 3.4 Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Koefisien Determinasi R<sup>2</sup> dilakukan untuk mengukur kemampuan model secara simultan menjelaskan pengaruh variable bebas dengan variable terikat [13]. Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh tabel Koefisien Determinasi R<sup>2</sup> sebagai berikut :

Tabel 5. Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 <sup>a</sup>	.318	.307	1.62305

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Sertifikasi Halal

Berdasarkan tabel 5. Nilai R square sebesar 0,318 menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal dan kualitas produk secara simultan dapat menjelaskan hubungan dengan variabel Keputusan pembelian sebesar 31,8% sementara itu sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

### 3.5 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut [14] uji f digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel independen. Jika f hitung > f tabel dan sig < 0,05, maka terdapat pengaruh signifikan. Jika sebaliknya, maka tidak terdapat pengaruh signifikan. Adapaun hasil uji F yang diperoleh adalah :

Tabel 6. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	155.946	2	77.973	29.599	.000 <sup>b</sup>
	Residual	334.554	127	2.634		
	Total	490.500	129			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Sertifikasi Halal

Berdasarkan tabel 6. terdapat F hitung (29,599) > F tabel (3,07) dan Sig (0,000) < 0,05, maka Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### 3.6 pengujian hipotesis secara parsial (uji T)

Menurut [14] Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika t hitung > t tabel dan Sig < 0,05, maka variabel tersebut berpengaruh signifikan. Adapun hasil uji t yang diperoleh :

Tabel 7. Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.605	1.856		1.942	.054
	Sertifikasi Halal	.263	.068	.291	3.889	.000
	Kualitas Produk	.444	.078	.427	5.708	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian parsial dapat diperoleh sebagai berikut :

1. Variabel sertifikasi halal menunjukkan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan t hitung  $3,889 > t$  tabel  $1,65694$ . Artinya sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian.
2. Variabel kualitas produk menunjukkan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan t hitung  $5,708 > t$  tabel  $1,65694$ . Artinya sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis secara simultan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara sertifikasi halal dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian konsumen steak moen-moen di bogor jawa barat. Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai signifikansi f sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh [15] yang menyatakan bahwa sertifikasi halal dan kualitas produk merupakan faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian, terutama pada produk makanan dan minuman.

### Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar 3.889 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ) sebesar 0,005. Hal ini berarti bahwa Sertifikasi halal berpengaruh positif, dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh [16] menunjukkan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan aspek kehalalan produk sebelum melakukan pembelian dan menyatakan bahwa sertifikasi halal menjadi jaminan kepercayaan bagi konsumen muslim.

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil Pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai T hitung sebesar 5.708 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ) sebesar 0,005. Hal ini berarti bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif, dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula minat konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh [17] yang menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Steak Moen-Moen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan data yang diperoleh dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa: Secara simultan variabel-variabel independen yaitu Sertifikasi Halal (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian Konsumen Steak Moen-Moen di Bogor, Jawa Barat. Secara parsial Sertifikasi Halal (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Steak Moen-Moen di Bogor, Jawa Barat. Secara parsial Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Steak Moen-Moen di Bogor, Jawa Barat.

## Referensi

- [1] D. F. A. Sup, A. S. R. Fahmi, F. N. Hilal, and M. I. Firdaus, "Dinamika Regulasi Sertifikasi Halal di Indonesia," *JESI (Jurnal Ekon. Syariah Indones.*, vol. 10, no. 1, p. 36, 2020, doi: 10.21927/jesi.2020.10(1).36-44.
- [2] R. Maulizah and S. Sugianto, "Pentingnya Produk Halal di Indonesia: Analisis Kesadaran Konsumen, Tantangan Dan Peluang," *El-Suffah J. Stud. Islam*, vol. 1, no. 2, pp. 129–147, 2024, doi: 10.70742/suffah.v1i2.49.
- [3] I. Amani, A. Renata Sari, and S. Nur Azizah, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 10, no. 02, pp. 1807–1813, 2024, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13031>
- [4] A. Suyatno, K. Sukardi, S. Tontong, I. Hakim, and A. Asdi, "Intervensi Pembeli Terhadap Labelisasi Halal dan Kualitas Produk: Literature Review," *J. Econ. Bussines Account.*, vol. 6, no. 2, pp. 1257–1269, 2023, doi: 10.31539/costing.v6i2.5085.
- [5] T. I. A. Yuliawan and A. Budiono, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Steak Moen-Moen Depok Jawa Barat," *Widya Manaj.*, vol. 6, no. 2, pp. 123–134, 2024, doi: 10.32795/widyamanajemen.v6i2.5422.
- [6] A. Gunawan, "Hubungan Persediaan Dengan Penjualan Pada Laporan Keuangan Koperasi Bukit Muria Jaya Tahun 2021-2022," *J. Pengemb. Bisnis Manaj.*, vol. 23, no. 43, pp. 95–109, 2023.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1807>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- [7] D. Amruddin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. 2022.
- [8] A. Mari Ci and Raymond, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam," *J. ILMU J. Ilm. Mhs.*, vol. 3, no. 3, p. 3, 2021.
- [9] Jailani, Syahrani, Jeka, and Firdaus, "Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 7, no. 3, pp. 26320–26332, 2023.
- [10] I. Fitriyani *et al.*, "Pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk mixue ice cream and tea di kota surakarta," 2023.
- [11] W. . Nurlia R, Indriani Wiewiek, "pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian mobil mitsubishi ( studi kasus mobil pajero sport cabang lampung selatan)," *Univ. Malahayati*, no. 34, pp. 129–152, 2023, doi: 10.12816/0027279.
- [12] Sudariana and Yoedani, "Analisis Statistik Regresi Linier Berganda," *Seniman Trans.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–11, 2022.
- [13] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- [14] A. Yusuf, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- [15] K. I. R. Oktavia and J. Samboro, "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk," *Adm. dan Bisnis*, vol. 17, no. 1, pp. 1–57, 2022.
- [16] D. Mahdaleni, A. W. Nasution, and A. F. Harahap, "Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Mahasiswa Islam Politeknik Negeri Medan Melalui Gofood," *Pros. Konf. Nas. Soc. Eng. Polmed*, vol. 3, no. 1, pp. 361–368, 2022.
- [17] S. Baihaky, A. N. Yogatama, and R. I. Mustikowati, "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKKEBI SNACKS MALANG Oleh," *J. Ilmu Sos.*, vol. 1, no. 2, pp. 85–104, 2022, [Online]. Available: <http://bajangjournal.com/index.php/JISOS>