

**PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Depot Air Mineral Shofiro Bantarsoka, Purwokerto,
Banyumas)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy)**

**Oleh:
Erna Restu Hidayah
NIM: 1223203011**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2016**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	8
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Labelisasi Halal.....	13
1. Pengertian Label.....	13
2. Pengertian Halal	14
3. Pengertian Labelisasi Halal.....	16

B. Keputusan Pembelian.....	18
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2. Karakteristik Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
3. Proses Keputusan Pembelian	30
C. Penelitian Terdahulu	36
D. Kerangka Pemikiran Teoritis	38
E. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel Penelitian	40
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	42
E. Metode Pengumpulan Data	44
F. Analisis Data Penelitian	46
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Shofiro	50
1. Profil shofiro	50
2. Produk dan Sistem Produksi	50
3. Perijinan dan Ruang Lingkup.....	51
B. Analisis Deskriptif	52
1. Deskriptif Data Penelitian	52
2. Karakteristik Responden	52
C. Analisis Metode Penelitian	55

1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas	56
3. Regresi Linier Sederhana	57
4. Uji T	57
5. Koefisien Determinasi.....	58
D. Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jumlah penduduk Indonesia yang semakin banyak maka kebutuhan dan keinginan semakin meningkat pula. Di sisi lain manusia bersaing demi mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan. Hanya demi kepuasan sesaat mereka memenuhi hasrat keinginan mereka, karena didorong oleh rasa suka terhadap barang bukan kebutuhan semata.

Kebutuhan makan, minum, sandang, pangan dan papan selalu bertambah dari tahun ke tahun. Oleh karenanya para produsen berlomba-lomba menguasai pasar dengan memproduksi makanan dan minuman yang beragam. Produsen yang sadar akan kebutuhan masyarakat mempunyai cara tersendiri untuk menarik konsumen. Salah satunya adalah label, yang menjadi ciri khas bagi produk tertentu agar terkenang di hati masyarakat.

Masyarakat saat ini kurang memperhatikan kehalalan suatu produk. Padahal untuk memproduksi suatu produk tidak hanya memperhatikan bahan bakunya saja. Kehalalan suatu produk perlu dipertimbangkan. Karena dengan menjalani ajaran agama, menghendaki agar produk-produk yang dikonsumsi terjamin kehalalannya dan kesuciannya secara hukum.

Dalam hal kebersihan makanan dan minuman nilai ajaran Islam telah mencapai puncak ketinggian ilmiahnya, sekalipun harus kembali pada 14 abad silam. Oleh karena itu Islam memerintahkan untuk senantiasa menjaga

kebersihan makanan. Fakta ilmiah menunjukkan bahwa sebagian dari penyakit menular itu berpindah melalui hujan gerimis dan udara yang berdebu. Hal ini disebabkan bakteri itu terbang bersama debu yang terbawa angin. Dengan demikian maka sampailah penyakit itu dari orang yang sehat melalui mulut, hidung atau tempat makanan dan minuman. Agar mengingatkan mereka untuk menutup dan melindungi makanan dan minuman yang dijajakan dari virus yang dibawa lalat, atau meletakkannya di dalam kaca yang tertutup dengan rapi. Akan lebih efektif lagi apabila kita dapat memahami bahwa hal ini merupakan perintah agama, sebelum ada perintah dari Departemen Kesehatan.¹

Islam sungguh-sungguh menyuarakan dengan keras agar tidak mengotori air sebagai sumber kehidupan. Oleh karena itu Islam melarang membuang kotoran atau najis, kencing atau berak di dalamnya, bahwa perbuatan itu dapat mengundang kemurkaan Allah.² Islam sangat memperhatikan kebersihan air minum, susu dan minuman lainnya. Bahkan untuk tetap terjaga kesuciannya meletakkan beberapa persyaratan. Di antaranya adalah tidak berbau, tidak berubah rasa dan tidak berubah warnanya. Apabila minuman itu telah menjadi masam, maka minuman tersebut dianggap telah menjadi kotor dan dilarang meminumnya.³

Seperti yang terdapat dalam Q.S. Al Baqarah: 168 yang berbunyi:

¹Ahmad Syauqi Al Fanjari, *Nilai Kesehatan Dalam Syariat Islam* terj. Ahsin Wijaya (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Cet. II, hlm. 24-26.

² *Ibid...*, hlm. 28.

³ *Ibid.*, hlm. 26.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ

إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Hai manusia, maknalah segala sesuatu yang ada di bumi ini yang halal dan baik dan jangan kamu mengikuti jejak syaitan karena sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”.⁴

Cara dan alat mencari harta yang haram itu dengan tegas dilarang dan seorang pemeluk Islam hanya diperkenankan memilih yang halal dan jujur saja. Seperti penjelasan ayat di atas untuk mengambil hanya yang halal saja, dan larangan mengikuti langkah-langkah syaitan. Berarti bahwa mengambil yang tidak halal, yakni haram sama artinya mengikuti langkah-langkah syaitan.⁵

Dengan adanya pencantuman label halal konsumen muslim jadi terlindungi. Pencantuman label halal sarana informasi dari produsen ke konsumen mengenai produk yang akan dijualnya. Sehingga konsumen benar-benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera dikemasan. Pelabelan yang benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku akan membentuk terciptanya perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab. Sehingga akan memudahkan dalam pengawasan keamanan pangan dan melindungi konsumen dari persepsi yang salah.⁶

Di Indonesia yang berwenang melaksanakan labelisasi halal adalah Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Badan ini berperan dalam

⁴ Departemen Agama RI, *Al Quran, Terjemah, Tafsir, Tajwid* (Bandung: Jabal, 2009), hlm. 25.

⁵ Muhammad Sharif Chaudry, *Sistem Ekonomi Islam* terj. Suherman Rosyidi (Jakarta: Kencana, 2014), Cet. II, hlm. 13.

⁶ Wikipedia, “LPPOM MUI”, http://id.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI, diakses pada 30 Maret 2016.

mengawasi peredaran obat dan makanan. Sehingga terjamin mutu dan kualitasnya yang masih layak untuk dikonsumsi. Sedangkan sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM), di dalamnya tertulis fatwa MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam ditinjau dari cara memproduksi, bahan-bahan yang digunakan, bahan tambahan itu semua harus diterangkan secara jujur kepada LPPOM MUI dan menjadi syarat pencantuman label halal dalam setiap produk.⁷

Labelisasi halal merupakan strategi marketing yang berpotensi atau mempunyai kekuatan dalam penjualan suatu produk yang mempunyai kualitas terjamin sehingga umat muslim tidak perlu lagi meragukan kehalalannya (aman dikonsumsi umat muslim). Labelisasi halal berperan dalam meningkatkan penjualan untuk menarik konsumen khususnya konsumen muslim, dimana keputusan pembelian tersebut dapat berfungsi sebagai pengukur sejauh mana tingkat penjualan pada produk yang telah ditetapkan kehalalannya dengan produk yang tidak ada kejelasan antara halal dan haram. Manajemen yang baik akan selalu berusaha meningkatkan penjualan dan kualitas barang yang akhirnya bermuara pada perkembangan usaha dan konsumen yang semakin meningkat.

Label halal merupakan syarat bagi produk yang telah sesuai Standar Negara Indonesia (SNI). Salah satunya adalah produk air mineral dalam

⁷ Wikipedia, "LPPOM MUI", http://id.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI, diakses pada 30 Maret 2016.

kemasan yang sudah dibubuhkan tanda label halal dari MUI. Label halal menjadi ciri khas tersendiri di daerah Bantarsoka, Purwokerto. Karena di daerah Purwokerto masih jarang air mineral dalam kemasan yang berlabel halal.

Shofiro adalah perusahaan Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) yang mulai beroperasi secara penuh pada Januari 2011. Didirikan di Jl. KS. Tubun Rt 01 Rw 07, Kelurahan Bantarsoka, Kecamatan Purwokerto Barat. Shofiro mempunyai kadaluarsa 2 tahun sekali, setiap 2 tahun perusahaan mendaftarkan kembali atau proses perpanjangan ke BPOM. Air mineral yang murni menggunakan sistem RO (*reverse osmosis*) yang dimurnikan lagi menggunakan sistem pengolahan dan penyaringan agar lebih aman dari cemaran. Proses pembuatan yang sesuai dengan syariat Islam mulai dari penggunaan mesin dan peralatan yang steril. Penggunaan air yang bersih dan suci. Memperhatikan sanitasi pekerja yang akan membuat air mineral lebih berkualitas dan aman dikonsumsi.⁸

Kandungan air RO memiliki mineral yang hampir nol sehingga sering disebut sebagai air murni. Kualitas dari air yang menggunakan sistem RO lebih sehat karena tubuh memerlukan air murni. Kandungan mineral dalam air tidak diperlukan karena tubuh telah mendapatkannya dari makanan. Mineral diperoleh dari makanan, di klaim sebagai mineral organik yang lebih sehat

⁸ Wawancara Bapak Farich selaku Pimpinan Air Mineral Dalam Kemasan, tanggal 20 Mei 2016, pukul 09.00 WIB.

dibanding mineral anorganik yang terdapat dalam air mineral. Air mineral RO lebih sehat, dengan catatan asupan mineral makanan tercukupi.⁹

Lokasi yang berdiri di tengah-tengah kota Purwokerto. Menjadikan Shofiro laku di pasaran. Menjadi peluang usaha di Bantarsoka, karena belum ada yang mendirikan perusahaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di daerah Bantarsoka. Kebanyakan dari masyarakat Bantarsoka, Purwokerto dan sekitarnya hanya mendirikan galon isi ulang. Belum bisa memproduksi AMDK yang bervariasi ukurannya.

Pemasaran yang dilakukan Shofiro adalah pemasaran langsung, dari mulut ke mulut lalu merambah ke berbagai wilayah. Sekarang cakupan sudah sampai Purbalingga dan Bumiayu. Untuk Purwokerto sendiri hampir merambah ke seluruh Purwokerto dan sekitarnya.¹⁰ Konsumen sudah menjadi pelanggan tetap dan pelanggan aktif AMDK Shofiro.

Peran logo sangat strategis, terutama untuk strategi penentuan merek. Melalui desain yang menarik, perusahaan dapat membangun berbagai asosiasi yang dapat memberi kesan kepada pelanggan dalam proses komunikasi. Pilihan warna tertentu yang dilakukan karena dianggap mewakili sejarah atau spirit tertentu. Warna tentu bukan asal pilih, melainkan melambangkan pesan dan kesan tertentu. Bagi sebuah merek, penggunaan warna khusus tentu saja bertujuan mengukuhkan identitas mereka.¹¹

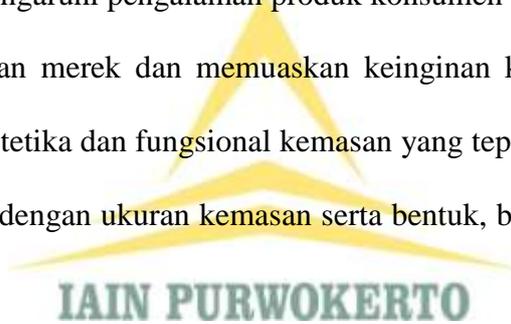
⁹ Teguhiw, "Air Minum Sehat", teguhiw.me/category/infosehat, diakses pada 16 Mei 2016, pukul 08.00 WIB.

¹⁰ Wawancara Bapak Farich selaku Pimpinan Air Mineral Dalam Kemasan, tanggal 20 Mei 2016, pukul 09.00 WIB.

¹¹ Andi M. Sadat, *Brand Belief* (Jakarta: Salemba empat, 2009), hlm. 54-59.

Shofiro menggunakan warna biru yang mengesankan kedalaman, sifat yang tidak terhingga dan memiliki sifat tantangan. Dan putih melambangkan cahaya, terang dan kesucian. Sesuai dengan AMDK Shofiro yang mengutamakan kesucian dalam mengolah dan memproduksi air sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini yang menjamin proses produksi sesuai syariat Islam. Terutama kesucian air yang menjadi bahan utama.

Kemasan yang dirancang dengan baik meningkatkan penjualan. Kemasan juga mempengaruhi pengalaman produk konsumen dikemudian hari. Untuk mencapai tujuan merek dan memuaskan keinginan konsumen, harus memilih komponen estetika dan fungsional kemasan yang tepat. Pertimbangan estetika berhubungan dengan ukuran kemasan serta bentuk, bahan warna, teks dan grafis.¹²



Dengan demikian, kemasan dapat berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif kepada pelanggan sehingga harus didesain sedemikian rupa dengan memperhatikan berbagai aspek, terutama kombinasi antara kemudahan penggunaan produk dengan konsep visual yang menarik. Tidak jarang sebuah kemasan digali melalui proses perenungan, riset atau dikembangkan dari desain yang telah ada sebelumnya sehingga dihasilkan kreasi dan konfigurasi yang menarik perhatian pelanggan.¹³

Secara fungsional, Shofiro menghasilkan kemasan yang dapat disegel kembali, lebih nyaman digunakan, mudah digenggam, mudah dibuka dan mudah diremas. Sehingga aman dari limbah plastik yang tidak mencemari

¹² Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2009), Cet. II, hlm. 28.

¹³ Andi M. Sadat, *Brand Belief...*, hlm. 67.

lingkungan. Tidak hanya bahan baku atau bahan utama, proses pengolahan saja, tapi proses pengemasan pun Shofiro melindungi konsumen dari berbagai bahaya bahan kimia dan sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Depot Air Mineral Shofiro Bantarsoka, Purwokerto, Banyumas)”**.

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap judul di atas, maka penulis perlu menjelaskan istilah sebagai berikut:

1. Labelisasi Halal

Label adalah sepotong kertas (kain, logam, kayu dsb) yang ditempelkan pada barang dan menjelaskan tentang nama barang, nama pemilik, tujuan, alamat dsb.¹⁴ Halal adalah diizinkan (tidak dilarang oleh syara).¹⁵ Labelisasi halal adalah logo atau gambar yang menyatakan kehalalan suatu produk yang ditempel pada kemasan.¹⁶ Adapun pengertian labelisasi halal dalam penelitian ini adalah logo atau gambar yang menyatakan kehalalan suatu produk yang ditempel pada kemasan.

2. Keputusan Pembelian

Keputusan merupakan perihal yang berkaitan dengan putusan segala, putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan,

¹⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), Cet. IV, hlm. 621.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 383.

¹⁶ Wikipedia, “LPPOM MUI”, http://id.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI, diakses pada 30 Maret 2016, pukul 1940.

dipikirkan).¹⁷ Keputusan yaitu alternatif yang diambil untuk mendatangkan akibat yang sama dikemudian hari.¹⁸ Pembelian adalah proses, cara, perbuatan membeli.¹⁹ Keputusan pembelian adalah keputusan seseorang dimana ia akan membeli ataupun tidak membeli suatu produk. Adapun keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen yang akan membeli atau tidak membeli air mineral Shofiro.

3. Air Mineral Shofiro

Air adalah jernih yang tidak berwarna, tidak berasa, dan tidak berbau yang terdapat dan diperlukan di kehidupan manusia, hewan dan tumbuhan yang secara kimiawi mengandung hidrogen dan oksigen.²⁰ Mineral adalah zat organik yang dalam jumlah tertentu diperlukan oleh tubuh untuk proses metabolisme normal yang diperoleh melalui makanan sehari-hari.²¹ Mineral merupakan unsur yang diperlukan oleh tubuh sebagai elektrolit, untuk pertumbuhan dan terlibat dalam berbagai metabolisme, termasuk metabolisme energi.

Air mineral adalah air yang mengandung mineral dan bahan-bahan larut lain yang mengubah rasa atau memberi nilai-nilai terapi. Banyak kandungan garam, sulfur, dan gas-gas yang larut di dalam air ini. Air mineral biasanya masih memiliki buih. Air mineral bersumber dari mata

¹⁷ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar...*, hlm. 914.

¹⁸ Marwan Asri, *Marketing* (Yogyakarta: BPFE, 1986), Cet. I, hlm. 20.

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 127.

²⁰ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar...*, hlm. 15.

²¹ *Ibid.*, hlm. 745.

air yang berada di alam.²² Air mineral Shofiro adalah perusahaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang berlabel halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas. Adapun rumusan masalah yang akan dibahas yaitu: “Bagaimana pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pada depot air mineral Shofiro?”

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas. Peneliti mempunyai tujuan dari rumusan masalah tersebut. Adapun tujuan dari penelitian yang akan dibahas adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pada depot air mineral Shofiro.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh pada penelitian ini adalah:

a. Bagi Akademisi

Diharapkan memberi kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya terhadap bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, yaitu

²² Wikipedia, “Air Mineral”, http://id.wikipedia.org/wiki/air_mineral, diakses pada 16 Mei 2016, pukul 08.00 WIB.

berkaitan dengan pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan yang luas dan pengetahuan dalam minuman yang berlabel halal. Peneliti pun dapat mengetahui seberapa besar minat masyarakat dalam mengkonsumsi air mineral yang berlabel halal. Penulisan skripsi ini juga sebagai syarat untuk menyelesaikan S1 (S1), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

c. Bagi Pembaca

Diharapkan pembaca mengetahui dan memiliki gambaran yang jelas mengenai pencantuman label halal dan hubungannya dengan keputusan pembelian.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman mengenai penelitian ini, maka penulis akan memaparkan penulisan laporan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini tentang metode penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang penyajian data, analisis data dan hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 54,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Konsumen melakukan berbagai pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli air mineral, salah satunya adalah label halal pada kemasan produk. Faktor yang menentukan apakah air mineral tersebut dikatakan halal dapat dilihat dari proses pembuatan, sampai pada pengemasan. Air mineral yang sesuai dengan syariat Islam itu penggunaan mesin yang steril, penggunaan air yang bersih dan suci sebagai utilitas serta memperhatikan sanitasi pekerja yang akan memproses air mineral yang berkualitas dan aman untuk dikonsumsi sehingga mampu meningkatkan daya beli masyarakat. Di dalam Islam air yang terjaga kesuciannya mempunyai persyaratan antara lain tidak berubah rasa, tidak berubah bau dan tidak berubah warnanya. Jika berubah menjadi masam berarti air tersebut kotor dan dilarang untuk meminumnya.

B. Saran

Dari penelitian di atas, maka diharapkan perusahaan-perusahaan yang memproduksi pangan untuk mencantumkan label halalnya. Sehingga masyarakat aman mengkonsumsinya. Untuk pemerintah harus lebih ketat lagi dalam memperhatikan label halal suatu makanan ataupun minuman. Dan MUI harus lebih teliti lagi dalam mengaudit produsen yang mendaftarkan produk makanan dan minumannya, supaya produsen tidak berlaku curang.

Disarankan untuk melakukan penelitian selanjutnya, membandingkan tingkat penjualan dari sebelum berlabel halal dengan setelah berlabel halal.



DAFTAR PUSTAKA

- Asri, Marwan. 1986. *Marketing*. Yogyakarta: BPFE.
- Departemen Agama RI. 2009. *Al-Quran, Terjemah, Tafsir, Tajwid*. Bandung: Jabal.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Strategis*. Bandung: Alfabeta.
- Ghazali, Imam. 2003. *Ihya 'Ulumiddin* terj. Moh. Zuhri. Semarang: Asy Syifa'.
- Harjono, Haryadi. Winda Julianita. 2013. *SPSS VS LISREL: Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ismail Yusanto, Mhuammad. Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Kotler, Philip. 1987. *Marketing* terj. Herujati Purwoto. Jakarta: Erlangga.
- _____. A B. Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* terj. Ancella Aniwati Hermawan. Jakarta: Salemba.
- _____. Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* terj. Bob Sabran. Jakarta: Ciracas.
- _____. Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- M. Sadat, Andi. 2009. *Brand Belief*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, John C. 2002. *Perilaku Konsumen* terj. Dwi Kartika Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian: Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sharif Chaudry, Muhammad. 2014. *Sistem Ekonomi Islam* terj. Suherman Rosyidi. Jakarta: Kencana.
- Singarimbun, Masri. Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.

Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunarta, Riduwan. 2011. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, Dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Syauqi Al Fanjari, Ahmad. 2005. *Nilai Kesehatan Dalam Syariat Islam* terj Ahsin Wijaya. Jakarta: Bumi Aksara.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Brand & Branding Longevity Di Indonesia*. Yogyakarta: Andi.

Yusri. 2013. *Statistika Sosial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Internet

Karya Tulis, "Pengertian Halal, Label Dan Labelisasi Halal", karyatulis.com/pengertian-halal-label-dan-labelisasi-halal, diakses pada 20 Mei 2016, pukul 18.30 WIB.

Keputusan Menteri Agama RI Nomor 518 Tahun 2001, "Undang-Undang Produk Halal", www.kepmen.com, diakses pada 16 Mei 2016, pukul 08.30 WIB.

Teguhw, "Air Minum Sehat", teguhw.me/category/infosehat, diakses pada 16 Mei 2016, pukul 08.00 WIB.

Wikipedia, "Air Mineral", http://id.wikipedia.org/wiki/air_mineral, diakses pada 16 Mei 2016, pukul 08.00 WIB.

Wikipedia, "LPPOM MUI", http://id.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI, diakses pada 30 Maret 2016, pukul 19.35 WIB.

Skripsi

Dwi Merdeka Awantary. 2014. "Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kopi "Luwak White Koffie" Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) IAIN Walisongo Semarang", Skripsi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Semarang: Tidak Diterbitkan.

Wahyu Budi Utami. 2013. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Studi Pada Pembeli Kosmetik Wardah Di Outlet An-Nisa Yogyakarta)", Skripsi Pada Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora. Yogyakarta: Tidak Diterbitkan.

Zuliana Rofiqoh. 2012. *“Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Mie Instant Indofood (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Muamalah Dan Ahwal Al-Syakhsiyah Semester VII IAIN Walisongo Semarang)”*, Skripsi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah. Semarang: Tidak Diterbitkan.

Jurnal

Nor Wulan P, Sri Hastuti Dan Burhana. 2013. *“Pengaruh Label Halal Pada Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Krim”*, Jurnal Halal Vol.1 No.1.

