

**PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN
ULANG PRODUK MAKANAN HALAL LUMPIABEEF.PDG DI
KABUPATEN PANDEGLANG**

KONSENTRASI BISNIS SYARIAH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi (S-1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa



OLEH

ANISA ULFATUN NIDA

5554200059

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anisa Ulfatun Nida
NIM : 5554200059
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Sultan Ageng Tirtayasa

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBEBELIAN ULANG PRODUK MAKANAN HALAL LUMPIABEEF.PDG DI KABUPATEN PANDEGLANG”**

Saya tulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam kepenulisan skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumber secara jelas dan sesuai dengan norma kaidah dan etika penulisan karya ilmiah.

Serang, 13 Juni 2024



Anisa Ulfatun Nida
5554200059

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PRODUK MAKANAN HALAL
LUMPIABEEF.PDG DI KABUPATEN PANDEGLANG**

SKRIPSI

KONSENTRASI BISNIS SYARIAH

Skripsi ini telah disetujui untuk diuji pada Sidang Skripsi di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang-Banten

ANISA ULFATUN NIDA

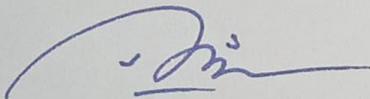
5554200059

Serang, 13 Juni 2024

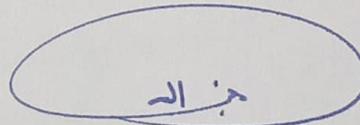
Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



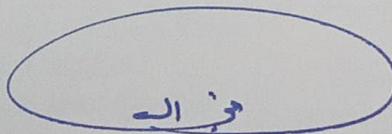
Dr. Syihabudin, M.SI
NIP 196701102002121001



Najmudin, LC., M.E.
NIP 198603212019031005

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Najmudin, LC., M.E.
NIP 198603212019031005

**PERSETUJUAN PENGESAHAN PEMBIMBING
DAN DEWAN PENGUJI**

Skripsi dengan judul :

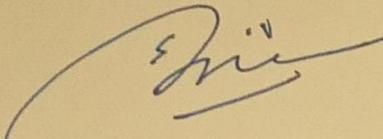
**PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PRODUK MAKANAN HALAL
LUMPIABEEF.PDG DI KABUPATEN PANDEGLANG**

Telah diuji dalam sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan dinyatakan :

LULUS

Pada hari Jum'at, 28 Juni 2024, Oleh Dewan Penguji.

Pembimbing I



Dr. Syihabudin, M.Si

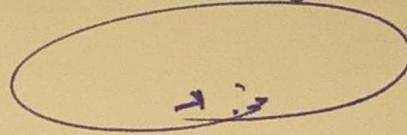
NIP. 196701102002121001

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Prof. Dr. H. TB Ismail, SE., MM., Ak

NIP. 196511202002121002

Pembimbing II



Najmudin, Lc., ME., CWC., RIFA

NIP. 19860321201931005

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Najmudin, Lc., ME., CWC., RIFA

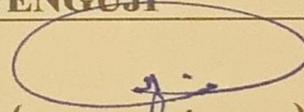
NIP. 19860321201931005

DEWAN PENGUJI

1. **Najmudin, Lc., ME., CWC., RIFA**

NIP. 19860321201931005

(Ketua Penguji)



() (26 - 07 - 2024)

2. **Ahyakudin, SE., M.E**

NIP. 197110122006041007

(Anggota Penguji)



() (25 - 07 - 2024)

3. **Muhammad Abduh, S.Sy., MH**

NIP. 199009052019031022

(Anggota Penguji)



() (11 - 07 - 2024)

Nama : Anisa Ulfatun Nida
Nomor Induk Mahasiswa : 5554200059
Jurusan : Ekonomi Syariah
Jenjang : S1

Motto

“Kita dilahirkan untuk menjadi nyata bukan untuk menjadi sempurna”

“Maka, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan (Q.S Al-Insyirah : 5)”

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan pertama untuk diri saya sendiri sebagai bentuk pencapaian dihidup saya, yang kedua untuk kedua orang tua saya sebagai bentuk bakti saya kepada kedua orang tua dan yang ketiga untuk dosen pembimbing dan bapak/ibu dosen yang telah membimbing dan mengajar saya semasa kuliah. Terimakasih berkat doa dan dukungan kedua orang tua saya, dosen pembimbing dan bapak/ibu dosen saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian Indonesia karena mereka memiliki keunggulan dibandingkan usaha besar, memiliki lebih banyak unit usaha, dan dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja, per 15 juli 2023 UMKM saat ini sebesar 64,2 juta dan berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,07%, dengan nilai total 8.573,89 triliun rupiah. Meskipun UMKM adalah usaha berskala kecil, mereka tetap harus memiliki label halal karena mayoritas penduduk Indonesia beragama muslim. Label halal sangat penting bagi produsen untuk memberi tahu pelanggan bahwa produk mereka halal. Selain label halal, kualitas produk dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli dan memutuskan membeli ulang. Kualitas produk yang ditawarkan penjual kepada pembeli pastilah yang terbaik yang mereka miliki. Usaha UMKM Lumpiabeef.pdg memiliki reputasi yang baik untuk produknya. Karena packaging yang digunakan cukup menarik dan mudah digunakan. Selain label halal dan kualitas produk, keputusan pelanggan untuk membeli bahkan membeli ulang juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, apakah membuat pelanggan merasa nyaman saat membeli produknya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, Statistical Program for Social Science 25 digunakan untuk menganalisis data. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang produk makanan umk lumpiabeef.pdg di kabupaten pandeglang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Ulang produk makanan halal Lumpiabeef.pdg

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Labelisasi Halal, Pembelian Ulang, UMKM.

ABSTRACT

UMKM have become an important part of the Indonesian economic system because they have advantages compared to large businesses, have more business units, and can absorb more labor. As of July 15 2023, UMKM currently number 64.2 million and contribute to GDP of 61,07%, with a total value of 8,573.89 trillion rupiah. Even though UMKM are small-scale businesses, they still have to have a halal label because the majority of Indonesia's population is Muslim. Halal labels are very important for manufacturers to let customers know that their products are halal. Apart from the halal label, product quality can influence customers' decisions to buy and repurchase decisions. The quality of the products offered by sellers to buyers must be the best they. Lumpiabeef.pdg UMK business has a good reputation for its products. Because the packaging used is quite attractive and easy to use. Apart from the halal label and product quality, customers' decisions to buy or even re-buy are also influenced by service quality. The quality of service provided to customers, makes customers feel comfortable when buying the product. This research is a type of quantitative research. In this research, the Statistical Program for Social Science 25 was used to analyze the data. This research aims to determine the effect of halal labeling, product quality and service quality on repeat purchases of UMK lumpiabeef.pdg food products in Pandeglang Regency. The results of this research show that Halal Labeling, Product Quality and Service Quality have a positive and significant effect on Repurchases of halal food Lumpiabeef.pdg

Keywords : Product Quality, Service Quality, Halal Labeling, Repurchase, UMKM

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT atas karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Produk Makanan Lumpiabeef.pdg di Kabupaten Pandeglang” sebagai salah satu syarat untuk melanjutkan penelitian skripsi dan dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.), Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Penulis menyadari dalam pelaksanaan penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan, keterbatasan pengetahuan, dan pengalaman maka kritik dan saran Anda bermanfaat untuk penyempurnaan ini. Dalam pelaksanaan penyusunan ini penulis menghadapi berbagai hambatan dan menjadikannya motivasi diri agar lebih bisa berusaha lebih keras dalam belajar beradaptasi dengan kesulitan yang dihadapi. Peneliti sangat berterima kasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu peneliti:

1. Bapak Fuad dan Ibu Wiwin Wintarsih selaku kedua orang tua penulis, Ahmad Mustopa (Adik) dan Rizki Maulana. Penulis sangat berterimakasih atas doa, bantuan dan *supportnya* dalam penyelesaian skripsi ini
2. Bapak Najmudin, LC., M.E. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa sabar dalam memberikan arahan dan motivasi untuk penyelesaian skripsi ini.
3. Dr. Syihabudin, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa sabar memberikan arahan dan motivasi untuk penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh staff Jurusan Ekonomi Syariah yang telah membantu proses administrasi penulis. Serta Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah memberikan banyak pengetahuan yang tentunya sangat bermanfaat selama masa perkuliahan dan dapat membantu penulis.
5. Bapak Muhammad Abduh, S.Sy., M.H dan Ahyakudin, S.E., M.E selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Sahabat dan teman-teman seperjuangan yang telah memberikan saran, semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
7. Prof. Dr. H. Tubagus Ismail, SE., MM., Ak., CA., CMA., CPA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Pandeglang, 14 April 2024

Anisa Ulfatun Nida

DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan Orisinalitas	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan Kelulusan	iii
Motto	iv
Persembahan	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Labelisasi Halal.....	13
2.1.2 Kualitas Produk.....	25
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	33
2.1.4 Pembelian Ulang.....	38
2.2 Penelitian Terdahulu.....	44
2.3 Kerangka Pemikiran	50
2.4 Hipotesis	53
1. Labelisasi halal terhadap pembelian ulang	53
2. Kualitas produk terhadap pembelian ulang	54
3. Kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang.....	54
4. Labelisasi halal, Kualitas produk dan Kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang.....	54

BAB III METODELOGI PENELITIAN	56
3.1 Jenis Penelitian	56
3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	57
3.3 Populasi dan Sampel	60
1. Populasi.....	60
2. Sampel	60
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	62
1. Jenis Data.....	62
2. Sumber Data	63
3.5 Teknik Pengumpulan Data	64
1. Observasi	64
2. Wawancara.....	65
3. Angket atau Kuesioner.....	65
3.6 Teknik Analisis Data	66
3.6.1 Uji Validitas	66
3.6.2 Uji Reliabilitas	67
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	67
3.6.4 Analisis Regresi Berganda.....	69
3.6.5 Uji t.....	70
3.6.6 Uji Signifikan Simultan (Uji f)	70
3.6.7 Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Hasil Penelitian.....	72
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan Atau Objek Penelitian.....	72
4.1.2 Analisis Deskriptif Responden	73
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	77
4.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	80
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.1.6 Uji Analisis Regresi Berganda.....	89
4.1.7 Uji Hipotesis	90
4.1.8 Uji Determinasi (R^2)	94

4.2 Pembahasan	95
4.2.1 Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Pembelian Ulang.....	95
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang.....	96
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang.....	97
4.2.4 Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang	99
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	113
Sertifikat Halal UMK Lumpiabeef.pdg.....	113
Curriculum Vitae	114
Produk Lumpiabeef.pdg	115
Logo Lumpiabeef.pdg	115
Tabulasi Data Kuesioner	116
Pertanyaan Kuesioner Penelitian	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	45
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	58
Tabel 3.2 Skala Likert	66
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Yang Sudah Membeli Ulang ...	73
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	75
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	75
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Range Pendapatan/bln	76
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Labelisasi Halal.....	77
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	78
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan.....	78
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Pembelian Ulang.....	79
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Labelisasi Halal	80
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	80
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	81
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Pembelian Ulang	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Labelisasi Halal	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	83
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	83
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pembelian Ulang	83
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel.....	84
Tabel 4.19 Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinieritas	87
Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	89
Tabel 4.22 Hasil Uji T.....	90
Tabel 4.23 Hasil Uji F.....	93
Tabel 4.24 Hasil Uji Determinasi (R ²)	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Lumpiabeef.pdg	3
Gambar 1.2 Logo Halal Terbaru	4
Gambar 2.1 Indikator Labelisasi Halal	25
Gambar 2.2 Indikator Kualitas Produk	32
Gambar 2.3 Indikator Kualitas Pelayanan	38
Gambar 2.4 Indikator Pembelian Ulang	44
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran	51
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas	86
Gambar 4.2 P-Plot Uji Normalitas	86
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heterokedastisitas	88
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (X1).....	91
Gambar 4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (X2).....	92
Gambar 4.6 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (X3).....	92
Gambar 4.7 Kurva Hasil Uji F	94

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang No. 20 Pasal 1 Tahun 2008, usaha mikro kecil menengah (UMKM) adalah usaha komersial atau perdagangan yang dijalankan oleh individu dan memenuhi standar ekonomi produktif yang ditetapkan undang-undang. (Adminkoperasi, 2023). Saat ini, usaha kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran yang cukup besar dalam kemajuan perekonomian Indonesia. Salah satu sektor usaha yang dapat berkembang dan stabil dalam ekonomi negara atau daerah adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Dalam jurnalnya, Yuli Rahmini Suci mengatakan bahwa UMKM telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian Indonesia karena mereka memiliki keunggulan dibandingkan usaha besar, memiliki lebih banyak unit usaha, dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja, dan dapat mempercepat proses kompensasi dalam rangka pembangunan. (Suci, 2017). Sebagaimana dikutip dari laman Kementerian Keuangan pada 15 Juli 2023, data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa jumlah usaha kecil dan menengah (UMKM) saat ini sebesar 64,2 juta dan berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,07%, dengan nilai total 8.573,89 triliun rupiah. (Juniadi, 2023). Berikut ini data yang mendukung:

**Tabel 1.1 (Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)
Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019)**

Indikator	Satuan	Tahun 2018		Tahun 2019		Perkembangan Tahun 2018-2019	
		Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	(%)
Unit Usaha (UB)	(Unit)	61,199,606		65,471,134		1,271,582.0	1.98
A. UMKM	(Unit)	64,194,057	99.99	65,465,497	9.99	1,271,440.5	1.98
- Usaha Mikro (UM)	(Unit)	63,350,222	98.68	64,601,352	98.67	1,251,130.5	1.97
- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	783,132	1.22	798,679	1.22	15,546.9	1.99
- Usaha Menengah (UM)	(Unit)	60,702	0.09	65,465	0.10	4,763.1	7.85
B. Usaha Besar (UB)	(Unit)	5,550	0.01	5,637	0.01	87.5	1.58

Sumber: Data UMKM Kementerian Koperasi dan UKM 2018-2019

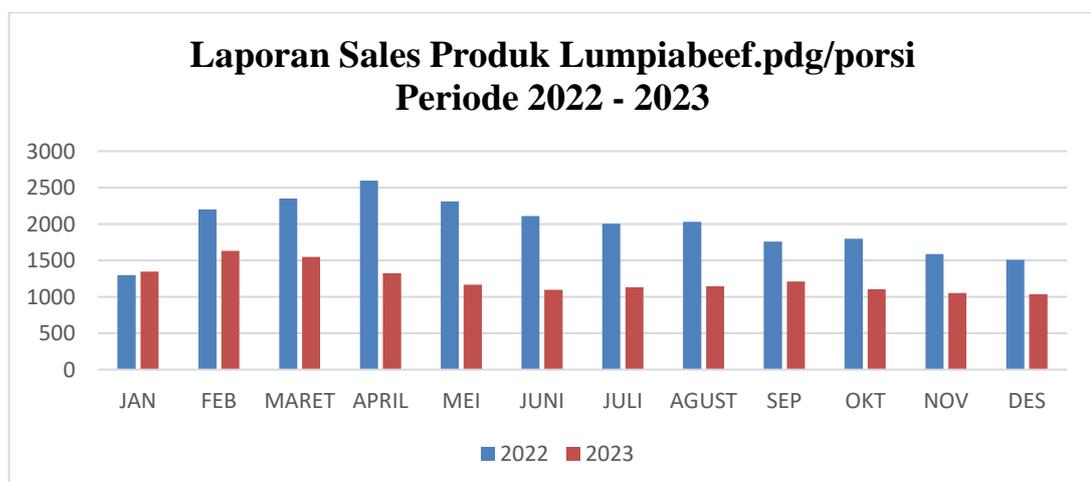
Berdasarkan data UMKM yang diterbitkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM pada tabel 1.1, pelaku umkm memiliki peningkatan sebesar 1,89% di bidang unit usaha dari tahun 2018 – 2019. Yang dimana artinya banyak masyarakat yang memilih untuk memulai bisnis nya di bidang UMKM (KEMENKOPUKM, 2023). Serta berdasarkan data dari Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia, di Provinsi Banten khususnya terdapat 422.429 pelaku UMKM yang sudah terdaftar, diantaranya ada sekitar 791 di Kabupaten Pandeglang dan 77 pelaku umkm di Kecamatan Majasari, berdasarkan data tersebut tentunya UMKM termasuk pilar penting dalam perekonomian Indonesia. (Kemenkop, 2023).

Usaha kuliner dapat dianggap cukup menjanjikan dalam dunia bisnis. Ini disebabkan oleh fakta bahwa perputaran laba atau keluar masuk produk sangat cepat dibandingkan dengan bisnis lainnya. Selain itu, dianggap sebagai kebutuhan dasar setiap manusia kebutuhan akan makanan dan minuman, juga ikenal sebagai industri kuliner dapat mencakup setiap bagian masyarakat.

Karena banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan dasar makanan dan minuman dan menangkap peluang bisnis kuliner, terjadi persaingan bisnis yang ketat. Banyak perusahaan yang menjual produk yang sama di lokasi yang sama. Konsumen lebih selektif dalam membuat keputusan pembelian karena banyaknya produk yang sama dan banyaknya pilihan yang tersedia. Keputusan pembelian sangat penting untuk kemajuan bisnis pelaku usaha, lalu melakukan pembelian ulang, karena penjualan yang lancar atau bagus akan membuat usaha tersebut bertahan serta maju dan berkembang. (Murni & Fajrina, 2021)

Dalam wawancara dengan pemilik usaha umkm Lumpiabeef.pdg, peneliti menemukan bahwa rasa penasaran menentukan keputusan konsumen untuk membeli produk, karena produk yang unik dan jarang ditemukan dapat menarik pelanggan baru, dan konsumen yang sudah pernah membeli produk tersebut akan kembali membeli karena mereka suka atau sesuai dengan keinginannya atau selera mereka. Data penjualan Lumpiabeef.pdg selama dua tahun:

Gambar 1.1 (Data Penjualan Lumpiabeef.pdg)



Sumber: Data Observasi, Laporan Sales Lumpiabeef.pdg Cabang Majasari

Meskipun UMKM adalah usaha berskala kecil, mereka tetap harus memiliki label halal karena mayoritas penduduk Indonesia beragama muslim. Label halal sangat penting bagi produsen untuk memberi tahu pelanggan bahwa produk mereka benar-benar halal.

Sertifikat halal yang diberikan oleh LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) merupakan tanda bahwa produk tersebut halal. Para pelaku bisnis atau produsen tidak boleh menempelkan label halal atau logo halal pada produknya tanpa sertifikat halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI karena labelisasi atau pelabelan produk harus memiliki sertifikat halal terlebih dahulu, dan ini dapat melanggar peraturan yang ada. Karena sertifikasi dilakukan oleh individu atau lembaga yang memahami hukum halal dan yang berwenang. Berikut ini gambar label halal terbaru. (Khoeron, 2022).

Gambar 1.2 (Logo Halal Terbaru)



Sumber: Kemenag.go.id

Menurut laman Kementerian Agama, pemerintah memutuskan bahwa setiap bisnis harus memiliki sertifikat halal. Masa penahanan pertama ini akan berakhir

pada tanggal 17 Oktober 2024. Menurut Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014, tiga kategori produk harus memiliki sertifikat halal sampai penahapan berakhir. Tiga kelompok tersebut adalah sebagai berikut: yang pertama adalah produk makanan dan minuman; yang kedua adalah bahan baku, bahan tambahan, dan bahan penolong untuk produk makanan dan minuman; dan ketiga adalah produk hasil sembelihan dan jasa penyembelihan. Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2013 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), produsen diwajibkan untuk membuat dan menjual barang halal. Selain itu, jika produk tersebut mengandung bahan haram atau tidak halal, produsen harus secara eksplisit menunjukkan keterangan produknya. (Indah, 2023).

Menurut Sumarwan (2014) dalam (Hermawan, 2020) masyarakat muslim kadang-kadang lebih cenderung memilih dan membeli barang-barang yang telah dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang daripada barang-barang yang tidak jelas apakah itu halal atau haram. Seorang muslim juga akan mempertimbangkan halalan produk makanan dan minuman.

Dalam surah An-nahl ayat 114, Allah menyatakan konsep halal:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ لِيَآئِهِ تَعْبُدُونَ

Artinya: Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah. (Q.S An-Nahl : 114).

Setiap muslim kemudian menjadikan konsep halal sebagai acuan dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari saat memilih barang yang akan dikonsumsi. Produk UMK Lumpiabeef.pdg termasuk dalam ketiga kategori

produk yang harus memiliki sertifikat halal. Selain itu, sebagai seorang muslim, kita harus berhati-hati saat memilih produk halal yang toyyiban. Bagi orang muslim, label halal produk dapat memengaruhi keputusan mereka untuk membeli karena menunjukkan bahwa zatnya halal untuk dikonsumsi. Dengan demikian para pengusaha UMKM wajib mempunyai atau memiliki label halal yang menunjukkan atas kehalalan produknya.

Tercatat pada tahun 2021 sebanyak 8.333 UMKM telah memiliki sertifikat halal skala nasional yang diakumulasikan dari tahun 1994 dan pada bulan Juni 2022 terdapat 2.310 produk UMKM yang bersertifikat halal. Dan menurut data Kemenkop dan UKM pada tahun 2018 terdapat 64,2 juta UMKM, jika dibandingkan dengan data UMKM yang sudah bersertifikat halal tentunya sangat jauh jadi dari data tersebut kemungkinan hanya 16,5% UMKM yang sudah bersertifikat halal. Maka dari itu pemerintah meregulasikan sampai 2024 harus sudah mempunyai sertifikat halal khususnya produk konsumsi (Ulya & Djumena, 2022). Serta menurut data dari Data Sistem Informasi Halal Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) terbilang pertanggal 5 November 2021 ada 31.529 pelaku usaha mengajukan sertifikat halal diantara nya 76% itu pelaku UMK (Dr. H. Mastuki, 2021).

Namun masih terdapat pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) tidak menyadari pentingnya labelisasi halal karena mereka menganggap bisnis mereka tergolong usaha kecil atau menengah, yang tidak perlu memiliki sertifikat halal atau labelisasi halal untuk produk mereka. Selain itu, sebagian besar pelanggan atau konsumen mereka kadang-kadang tidak menyadari pentingnya hal ini. Dan

menurut *volunteer* yang mensosialisasikan akan pentingnya sertifikat halal, terdapat kesulitan untuk berkomunikasi dengan para pelaku umkm, karena pelaku umkm yang menaganggap pembuatan sertifikat halal yang rumit dan lain sebagainya.

Karena pemerintah telah menetapkan bahwa pada tahun 2024 harus mempunyai sertifikat halal, maka bisnis kecil dan menengah (UMKM) harus memiliki sertifikat halal untuk menjual barang mereka untuk konsumen, maka UMKM harus menyingkirkan keyakinan ini. Terlebih lagi banyak manfaat yang didapatkan jika mempunyai sertifikat halal yaitu terjamin kualitas produknya, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual, memiliki USP (*Unique Selling Point*), serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas (IHATEC, 2023). Anda dapat melakukan pendaftaran labelisasi halal secara online di ptsp.halal.go.id.

Usaha UMK Lumpiabeef.pdg sudah mempunyai sertifikat halal yang diterbitkan oleh BPJPH pada tanggal 24 Oktober 2023 dengan nomor sertifikat ID361100543890723. Namun meski sudah mempunyai sertifikat halal, Lumpiabeef.pdg belum mencantumkan labelisasi atau pelabelan halal terhadap produk nya sehingga para konsumen nya belum mengetahui bahwa produk tersebut sudah bersertifikat halal yang sudah benar-benar halal dari mulai bahan-bahan yang digunakan sampai cara pembuatannya.

Karena di Indonesia mayoritas populasinya beragama islam atau muslim, maka dari itu pemerintah gencar mensosialisasikan pentingnya sertifikat halal. Saat ini, ada banyak masalah yang terkait dengan barang beredar, seperti

ketersediaan barang haram yang dijual secara terbuka, oleh karena itu, pembeli Muslim harus berhati-hati saat memilih barang yang mereka beli. Setelah mempertimbangkan banyak opsi, pelanggan akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk. (Z Hrp, Soemitra, Nawawi, & Rahmat, 2022).

Serta kesadaran akan produk halal juga dapat berdampak terhadap tingkat konsumsi masyarakat pada produk halal, berdasarkan penelitian terdahulu oleh Cupian, Kintan Meilasari, dan Sarah Annisa Noven dengan hasil penelitian faktor kesadaran halal berpengaruh positif signifikan terhadap kesediaan membeli makanan di kota Banjar. (Cupian, Meilasari, & Noven, 2023) . Jadi kesadaran akan produk yang akan dikonsumsi itu halal atau tidak berpengaruh terhadap tingkat konsumsi produk halal. Serta berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Karlina dan Karina dengan hasil penelitian bahwa kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan di restoran Surabaya. (Gerungan & Karina, 2019).

Kesadaran halal dapat dikatakan sebagai tingkat pemahaman dan pengetahuan seseorang akan konsep halal (Najmudin, Syahabudin, & Fatoni, 2021) serta label halal mempengaruhi minat konsumsi produk halal. Menurut beberapa penelitian di atas, kesadaran halal dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli produk halal. Kesadaran halal merupakan kemampuan umat Islam untuk memahami apa produk halal itu dan termasuk bagaimana produk tersebut dibuat dan bahan yang terkandung dalam produk tersebut. Maka jika masyarakat belum sepenuhnya sadar akan produk halal itu akan berdampak juga terhadap tingkat konsumsi produk halal.

Selain label halal, kualitas produk dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli ulang. Kualitas produk yang ditawarkan penjual kepada pembeli pastilah yang terbaik yang mereka miliki. Kualitas produk merupakan aset penting bagi suatu perusahaan atau pelaku usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya (Agustina, 2023). Kualitas produk merupakan tingkat kemampuan produk dalam memuaskan harapan atau ekspektasi konsumen (M & Rowena, 2019). Jadi, barang atau jasa yang kita jual atau tawarkan kepada pelanggan harus berkualitas tinggi, jika kita menjual barang atau jasa dengan kualitas yang buruk, pelanggan mungkin akan mempertimbangkan banyak faktor sebelum memilih barang atau jasa yang kita tawarkan.

Usaha Mikro Kecil (UMK) Lumpiabeef.pdg memiliki reputasi yang baik untuk produknya. Karena packaging atau kemasan yang digunakan cukup menarik dan mudah digunakan. Serta kualitas produk yang dimiliki Lumpiabeef.pdg berbeda dengan para kompetitornya sehingga Lumpiabeef.pdg banyak diminati oleh semua kalangan masyarakat bahkan sampai dari luar daerah pandeglang. Menurut Maryati dan Khoiri, penting untuk mempertimbangkan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen, karena keputusan dan kepuasan konsumen untuk membeli produk tersebut dipengaruhi oleh kualitas. Tak hanya pada kemasan, kualitas bahan atau produk yang digunakan dalam pembuatan produk juga berkualitas tinggi.

Karena banyaknya pelaku usaha umkm pada bidang kuliner ini, juga tidak dapat dipungkiri bahwa banyak usaha umkm yang menjual produk lumpia beef. Peneliti telah melakukan survei ke tempat usaha Lumpiabeef.pdg ini yang berada

di kecamatan majasari, bahwa ada usaha yang sama persis dengan Lumpiabeef.pdg yang berdekatan dengan jarak kurang dari 50 meter. Dan peneliti sempat mewawancarai salah satu pembeli Lumpiabeef.pdg dan menanyakan apa alasannya memutuskan untuk membeli Lumpiabeef.pdg, pembeli tersebut menjawab bahwa rasa dari produk Lumpiabeef.pdg ini enak dan berbeda dari yang lain.

Selain label halal dan kualitas produk, keputusan pelanggan untuk membeli ulang juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, apakah membuat pelanggan merasa nyaman saat membeli produknya. Menurut Philip Kotler, pelayanan adalah suatu tindakan atau hasil yang dapat diberikan oleh suatu organisasi (perusahaan atau karyawan) kepada pihak lain (konsumen), yang biasanya tidak terlihat dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain (Adha, 2019). Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, perusahaan biasanya membuat peraturan tertulis untuk membantu karyawan menjalankan tugasnya dengan benar (Marpuah & Hutauruk, 2023).

Menurut peneliti, kualitas sumber daya manusia perusahaan juga dapat memengaruhi kualitas pelayanan. Selain itu, sebagai bisnis, kita sangat membutuhkan pelanggan untuk membeli barang dan jasa yang kita tawarkan, yang dimana awalnya usaha Lumpiabeef.pdg ini memiliki dua cabang yaitu cabang majasari dan cigadung, namun cabang cigadung sudah tutup atau tidak beroperasi lagi kemungkinan karena sering berganti pegawai yang mempengaruhi citra rasa kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berubah-ubah. Maka dari itu, kita harus dapat menarik perhatian pelanggan, membuatnya percaya diri, dan

membuatnya nyaman berbelanja. Jika kita membuat pelanggan merasa nyaman dengan kita, ada kemungkinan mereka akan membeli produk kita lagi.

Maka berdasarkan dengan pemaparan latar belakang masalah diatas, peneliti memiliki ketertarikan akan permasalahan tersebut, sehingga memutuskan untuk mengangkat judul penelitan nya yaitu **“PENGARUH LABELISASI HALAL, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PRODUK MAKANAN UMK LUMPIABEEF.PDG DI KABUPATEN PANDEGLANG “**

1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang diatas maka peneliti dapat merumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap pembelian ulang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap pembelian ulang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian ulang?
4. Apakah labelisasi halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan saling berpengaruh terhadap pembelian ulang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang di buat, adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang dibuat adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari labelisasi halal terhadap pembelian ulang
2. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk terhadap pembelian ulang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang.

4. Untuk mengetahui pengaruh antara labelisasi halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat untuk semua pihak, terkhususnya kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Peneliti

Mengimplementasikan dan memperdalam pengetahuan dan wawasan yang dimiliki secara nyata, sehingga peneliti dapat mengetahui pengaruh labelisasi halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap pembelian pembelian ulang suatu produk.

2. Pemilik usaha Lumpiabeef.pdg dan para pelaku usaha mikro kecil lainnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan kritik dan saran untuk membuat bisnis menjadi lebih berkembang dan kemajuan bisnisnya. Serta diharapkan dapat membuat para pelaku usaha mikro kecil mengetahui manfaat sertifikat halal dan segera mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikat halal.

3. Peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna serta bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi pada peneliti selanjutnya, terkhusus bagi peneliti yang akan meneliti tentang pengaruh labelisasi halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, yang dimana berpengaruh terhadap kemajuan atau perkembangan suatu usaha atau bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Z Hrp, A. K., Soemitra, A., Nawawi, Z. M., & Rahmat. (2022). The Influence Of Halal Labeliation, Product Quality, Service Quality and Interest on Purchase Decisions and Increasing the Selling Value of Bakery and Chake. *Padangsidimpuan City. International Journal of Economics (IJEK)*, 1(2), 308-315.
- Abduh, M., Fakhrudin, M., & Herlina, D. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil Di KUBE Talaga Berkah Abadi Kabupaten Lebak. *BERNAS; Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 2535-2543.
- Aditi, B. (2019). Innovation Product and Halal Labelization in Buying Repurchase . *International Research Journal of Business Studies*, 12(1), 87-100.
- Adminkoperasi. (2023, 11 13). *Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM*. Retrieved from Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Kulon Progo: <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/113/kriteria-usaha-mikro-kecil-menengah-menurut-uu-no-20-tahun-2008-tentang-umkm>
- Afifah, F. N. (2022). PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MAKANAN KEMASAN LOKAL (Studi Kasus pada Konsumen Muslim Di Kecamatan Gondokusuman Kota Yogyakarta). *Doctoral dissertation Universitas Islam Indonesia*.
- Agustina, P. (2023). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Rocket Chicken di Kabupaten Kebumen. *Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa*.
- Ambarwati, K. D., & Setiorini, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Pelanggan PT Carita Sari Pratama. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(3).
- Amelia, L. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sariayu Melalui Kepuasan Konsumen. (*Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta*).

- Anifaturrohmah, S., & Hanifah, N. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SALES TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di UD.Cita Rasa Sempidi Denpasar). *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol.5, No. 2.
- Anim, A., & Indiani, N. L. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffe Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1).
- Anisa, N. R. (2021). Pengaruh.Label.Halal.dan.Inovasi.Produk.Terhadap.Minat.Beli.Ulang (Survei Online pada Pengikut Instagram @SafiIndonesia). *Jurnal Indonesia Sosial Sains* , 2(12), 2138-2146.
- Aprilia, N. R., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen OKUI Kopi 3.0 Surabaya). *JIRM: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , 11(2).
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE WAREG BENGKULU. *JMMIB: JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS*, Volume 1, Nomor 1.
- Atiah, I. N., Najmudin, & Syihabudin. (2022). A Halal Certification and Its Effect on Sales Growth; A Case of Halal Certified Food Producers in Banten. *Al Qalam*, 39(1), 1-12.
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). PENGARUH LABELISASI HALAL, MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN CHATIME. *JURNAL SOSIAL EKONOMI PERTANIAN*, Vol. 16, No. 3.
- Bulan, T. P. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*.
- Cupian, Meilasari, K., & Noven, S. A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal Studi Masyarakat Muslim di Kota Banjar. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 134-142.

- Dairina, L. (2023). PENGARUH TURBO MARKETING, REPUTASI MEREK DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG SOLARIA MALL DITINJAU DARI ETIKA KONSUMSI ISLAM (Studi Pada Konsumen Solaria Mall Kartini di Bandar Lampung). (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung)
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., . . . Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Kota Bandung - Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia.
- Dr. H. Mastuki, M. (2021, November 19). *Update Sertifikat Halal Di Indonesia : Ekspektasi dan Kenyataan*. Retrieved from Kementrian Agama Republik Indonesia: www.kemenag.go.id
- Endang, A., & Napitulu, E. V. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Scarlett Whitening di Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2),609-618.
- Fitriyah, F. (2016). Analisa Pengendalian Kualitas Produk Tahu Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *UNIVERSUM: Jurnal KeIslaman dan Kebudayaan*, 10(02), 165-176.
- Gerungan, K., & Karina, P. (2019). Analisa Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Restoran Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 7(2).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herison, R., Fachmi, M., & Ismail, I. K. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Jasa Grab Food di Kota Makasar. *AMAR: Amkop Management Accounting Review*, 1(2), 24-31.
- Hermawan, R. M. (2020). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Ramen .
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK DAN LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG PADA KOSMETIK WARDAH (STUDI PADA KONSUMEN KOSMETIK WARDAH DI KOTA BATAM). *Journal of Business Administration*, Vol 3, No.1, hlm 40-52,.

- IHATEC. (2023, Februari). *UMKM Go Global dengan Implementasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH)*. Retrieved from IHATEC: ihatec.com
- Ilat, L. V., Murni, S., & Parengkuan, T. (2018). ANALISIS PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG . *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol.6 No.4, Hal. 2548 – 2557.
- Ilyas, M. (2017). Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Masalahat . *Jurnal Al-Qadau Peradilan dan Hukum Keluarga Islam*.
- Indah. (2023, Januari 7). *Produk Ini Harus Bersertifikat Halal di 2024, Kemenag: Ada Sanksi Bagi Yang Belum*. Retrieved from Kementerian Agama Republik Indonesia: kemenag.go.id
- Irawati, N., & Kussudyarsana. (2023). The Role of Halal Labeling, Brand Image and Brand Trust On Repurchases Decisions On Mixue Products In Surakarta. *ICTMT: Proceeding of International Conference on Digital Advence Tourism, Management and Technology*, 1(1).
- Irfan, M. (2022). Peran Harga dan Kualitas Produk Bagi Konsumen Melakukan Pembelian Ulang di Toko Roti Primadona Surabaya. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(1), 30-36.
- Jannah, R., Mardini, Y., Al-Mubarak, M. A., & Zaini, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM DALAM MEMBELI PRODUK KOSMETIK. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, Vol. 3, Nomor. 2 ISSN : 2775-3700.
- Juniadi, M. (2023, JULI 15). *Kementerian Keuangan RI Direktorat Jenderal Pembendaharaan*. Retrieved from UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkatkan. 18 September 2023. <https://djp.kemenkeu.go.id>
- Kemenkop. (2023). Retrieved from Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. 23 November 2023, umkm.depkop.go.id
- KEMENKOPUKM. (2023). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) 2018-2019*. 23 November 2023. Retrieved from KEMENKOPUKM.
- Khasanah, R., & Habib, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Inovasi Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Toko Hachi

- Donut Mojokerto. *EKONOMIKA : Manajemen, Akuntansi dan Perbankan Syariah*, 12(1).
- Khoeron, M. (2022, Maret 13). Retrieved from Kementrian Agama Republik Indonesia: kemenag.go.id
- Khusna, F. (2023). “Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Tokopedia dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Generasi Z di Purwokerto). *Skripsi. Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*.
- Lestari, D. M., & Suharso, R. (2020). Industri Kulit Lumpia Dan Pengaruhnya Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Kampung Kranggan Dalam Tahun 1990-2017. *Journal of Indonesian History*, 9(1).
- Listianto, N. M. (2023). PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG MIXUE PURWOKERTO (Studi Kasus Pelanggan Generasi Z Mixue Purwokerto).
- Lita, H. N., & dkk. (2023). *Pengakuan Sertifikat Halal Secara Internasional*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah – Bank Indonesia.
- M, O. M., & Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up And Skin Care Pada Generasi Milenial Jakarta. *Jurnal Bina Manajemen*, 7(2), 161-170.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JMPIS :Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*.
- Marchela, G. A., Mitariani, N. W., & Imbayani, I. G. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kosmetik Make Over. *Jurnal Emas*, 3(8), 226-235.
- Marpuah, E., & Hutauruk, B. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Blibli (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, Volume 9, Hal 1205-1215.

- Muliati, T., Nurmatias, F., & Azmi, K. (2022). PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM PADA RESTAURANT DR. NIA BAKER SEAFOOD N STEAK HOUSE DI KOTA DUMAI. *AL-HISBAH JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 2(2), 1-15.
- Murni , S., & Fajrina, N. (2021). PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MAKANAN RINGAN (Studi Komparatif Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Vol 8.
- Nadha, C. (2022, Juni 1). *Masa Berlaku Ketetapan Halal MUI Berubah Menjadi 4 Tahun, Bagaimana Penjelarasannya?* Retrieved from LPPOM MUI : <https://halalmui.org/>
- Najmudin, Ridwan, I., Jakaria, Maisaroh, I., & Sujanah, N. (2023). The Effect Of Halal Labels On Purchasing Decision Of Halal Cosmetic Products With Interest As Intervening Variable. *JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 99-110.
- Najmudin, Syahabudin, & Fatoni, A. (2021). The Effect Of Halal Awareness And Food Ingredients On Consumer Interests Of Culinary Seafood Beach Tourism. *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 23-38.
- Negara, R. S., Herdinata, C., & Padmawidjaja, L. (2021). The Effect of Innovation Product and Halal Labelization on Buying Repurchase Special Food in Blitar City. *Bussines And Finance Journal*, 6(2).
- Ningsih, M. R., Susanti, R., & Sumaryanto. (2022). PENGARUH CITA RASA, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI KOPI SHARING KARANGANYAR. *JEKU (Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan)*, Volume 22, No. 3.
- Nurhadi. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 137-150
- Pardiansyah, E., Abduh, M., & Najmudin. (2022). Sosialisasi dan Pendampingan Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) Dengan Skma Self-Declare Bagi Pelaku Usaha Mikro Di Desa Domas. *Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat Indonesia*, 1(2), 101-110.
- Permana, I. W., Mitariani, N. W., & Imbayani, I. G. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Toko Era Dunia. *Jurnal EMAS*, 3(7).

- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN ULANG: PROMOSI, HARGA DAN PRODUK (LITERATURE REVIEW PERILAKU KONSUMEN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469-478.
- PPID. (2022, April 21). *Prosedur Sertifikasi Halal*. Retrieved from Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi: <https://ppid.dinkop-umkm.jatengprov.go.id>.
- Pradina, I., & Rohim, A. N. (2022). THE EFFECT OF HALAL LABEL, PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISIONS. *Internasional Journal of Business Reflections*, 3(2).
- Prameswara, A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek, Presepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Pada Pelanggan Motor Yamaha di Kabupaten Kendal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4, 2622-2205.
- Pratiwi, A. I., Maryam, S., & Damayanti, R. (2020). Keputusan Pembelian Ulang Ditinjau Dari Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Pada The Hidden Place Surakarta. *Edunomika*, 4(2).
- Prayoni, I. A., & Respati, N. N. (2020). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Hubungan Kualitas Produk dan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen*, 9(4), 1379-1400.
- Puspitasari, D. A. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal, Label Halal Dan Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Body Lotion Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember. *VALUE: Journal of Business Studies*, 1(2), 194-214.
- Rachmansyah, M. F., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Layanan Shopee Food di Universitas Nasional. *MSEJ: Management Studies and Enterpreneurship Journal*, 4(6), 8970-8979.
- Redaksi. (2021, Juli 6). *Sertifikat Halal Internasional*. Retrieved from Kompas Pedia: <http://www.kompas.id>
- Saipul, M. (2023). Pengaruh Label Halal, Customer Experience, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan

Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Yen's Deligth Resto & Café Samarinda.

Salim, A., Yusta, R. N., & Purnamasari, A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Store Beringin Rajawali Kota Palembang. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10 Spesial Issue DNU 14 TH, Maret 2022 page: 159–168

Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 156-167.

Salsabila, M. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas Serta Kesadaran Halal Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*, Vol 04 No 02.

Samosir, M. D., & Santoso, B. A. (2022). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Produk Kopi Starbucks di Kota Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2).

Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *JAMSWAP; Jurnal dan Manajemen*, 4(4), 17-25.

Sirait, F. Y., Fitri, M., & Batubara, C. (2023). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian ulang Halal Kosmetik Safi. *Syarikat : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2).

Slamet, S. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Kota Semarang. *UPY Business and Management Journal (UMBJ)*, 2(1), 01-17

Suci, Y. R. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomis*, 51-58.

Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, brand Trust dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 4(1).

Ternate, H. T., & Ralahallo, F. N. (2020). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(1), 581-597.

- Ulya, F. N., & Djumena, E. (2022, Juni 09). *Hingga 2022, 10.643 UMK Dapat Sertifikat Halal LPPOM MUI*. Retrieved from Kompas.com Jernih Melihat Dunia: 19 Oktober 2023 <https://money.kompas.com/read/2022/06/09/12110426/hingga-2022-10643-umk-dapat-sertifikasi-halal-lppom-mui>
- Wahyudi, M. A., & Armadani, N. (2023). Kepuasan Layanan Dalam Perspektif Islam (Studi Empiris pada Usaha Cuci Mobil Tasmin Mojokerto). *JIM : Journal of Islamic Management*, 3(1).
- Wahyudi, Y. H., Kristanti, D., & Nurbambang, R. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri. *RISK: Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(1).
- Wardani, I. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada 200 Cafe And Food Di Kota Malang. *JUBIS : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 89-100.
- Wawancara, Sundus. (2024, Mei 3). Wawancara Gambaran Umum Lumpiabeef.pdg. (A. U. Nida, Pewawancara)
- Wibawa, T. (2020). Pengaruh Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Belanja Online Shopee. (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah Di Balongbendo. *Journal of Chemical Information and Modeling*, Vol. 53.
- Yudiana, I. M., & Indiani, N. L. (2022). Peran Harga, Promosi dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali di Bale Ayu Denpasar. *Wancana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 21(1), 55-63.
- Yunila, Pariama, M., & Nanda, A. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Mbakoy Coffee Unaaha. *Jurnal Promosi: Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 10(2), 103-108.