

Pengaruh Sertifikasi Halal BPJPH terhadap Minat Beli di Restoran All You Can Eat ala Jepang

Icha Asiyah Andini

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

andinichasiyah@gmail.com

Abstract. Hachi Grill Sutami Bandung offers a popular Japanese-style All You Can Eat concept among consumers. In this context, halal certification by BPJPH (Indonesian Halal Product Assurance Organizing Agency) is a crucial factor that can affect the purchase intentions of Muslim consumers. This study aims to measure the impact of BPJPH halal certification on consumer purchase intentions at Hachi Grill Sutami Bandung using a quantitative method. A survey method was employed to gather data from a sample of Muslim consumers who are potential visitors to the restaurant. Data analysis was conducted using regression techniques to examine the relationship between the independent variable (BPJPH halal certification) and the dependent variable (purchase intention). The results of this research found that Hachi Grill Sutami Bandung has implemented and implemented Halal Certification. BPJPH Halal Certification also influences purchasing interest at the Japanese-style all you can eat restaurant Hachi Grill Sutami Bandung. This research is expected to provide a deeper understanding of the importance of halal certification in increasing Muslim consumers' buying interest in Japanese-style All You Can Eat restaurants in Indonesia. The practical implications of this research can help the management of Hachi Grill Sutami Bandung to improve marketing and service strategies that are more in line with the needs of Muslim consumers.

Keywords: *Halal Certification, BPJPH, Purchase Intention.*

Abstrak. Restoran Hachi Grill Sutami Bandung menawarkan konsep All You Can Eat ala Jepang yang populer di kalangan masyarakat. Dalam konteks ini, sertifikasi halal oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) menjadi faktor krusial yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh sertifikasi halal BPJPH terhadap minat beli konsumen di restoran Hachi Grill Sutami Bandung dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel konsumen Muslim yang merupakan pengunjung potensial restoran tersebut. Pengolahan data dilakukan dengan teknik regresi untuk menganalisis hubungan antara variabel independen (sertifikasi halal BPJPH) dan variabel dependen (minat beli). Hasil penelitian ini ditemukan bahwa Hachi Grill Sutami Bandung telah melaksanakan dan menerapkan Sertifikasi Halal. Sertifikasi Halal BPJPH juga berpengaruh terhadap minat beli di restoran all you can eat ala Jepang Hachi Grill Sutami Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai pentingnya sertifikasi halal dalam meningkatkan minat beli konsumen Muslim terhadap restoran All You Can Eat ala Jepang di Indonesia. Implikasi praktis dari penelitian ini dapat membantu manajemen Hachi Grill Sutami Bandung untuk meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen Muslim.

Kata Kunci: *Sertifikasi Halal, BPJPH, Minat Beli.*

A. Pendahuluan

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkembang pesat di Indonesia. Di tengah pertumbuhan ini, permintaan akan makanan halal semakin meningkat seiring dengan kesadaran konsumen akan pentingnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip agama dalam aspek makanan. Makanan halal adalah makanan yang memenuhi syarat-syarat tertentu sesuai dengan ajaran Islam, yang telah diatur dan diawasi oleh lembaga sertifikasi halal yang terkemuka di Indonesia, yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Salah satu segmen dalam industri makanan yang telah mendapatkan perhatian khusus adalah restoran dengan konsep "all you can eat" ala Jepang (ayce), yang menawarkan beragam hidangan dalam jumlah tak terbatas dengan harga tetap. Restoran all you can eat ala Jepang telah menjadi populer di kalangan masyarakat Indonesia karena mereka dapat menikmati berbagai hidangan dalam satu kunjungan dengan biaya yang terjangkau. Oleh karena itu, minat jual beli di restoran all you can eat ala Jepang dapat menjadi topik yang menarik untuk diteliti.

Keberadaan restoran all you can eat ala Jepang ini disambut baik oleh masyarakat umum tidak terkecuali oleh umat muslim. Konsep all you can eat ala Jepang ini digemari karena pada umumnya semua dilakukan sendiri oleh konsumen. Dimulai dari mempersiapkan bahan makanan, memasak makanan dengan membakar dan merebus pun semua dilakukan oleh masing-masing konsumen. Bahan makan yang di sajikan memiliki ragam yang menarik, untuk all you can eat ala Jepang biasanya akan disuguhkan dengan berbagai macam daging, olahan daging, sayuran, seafood hingga beraneka macam saus.

Konsumen utama di Indonesia adalah umat muslim, demikian juga dengan mayoritas yang menjadi pelanggan diantara banyaknya all you can eat ala Jepang ini sudah dipastikan beragama muslim. Dalam memproduksi produk halal merupakan bagian tanggung jawab perusahaan atau restoran kepada konsumen muslim. Untuk meyakinkan konsumen bahwa makanan yang di konsumsi Halal, maka setiap restoran all you can eat ala Jepang perlu memiliki Sertifikat Halal MUI.

Sertifikasi halal BPJPH sangat penting di Indonesia karena mayoritas penduduknya adalah Muslim, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip kehalalan makanan adalah hal yang sangat dihargai dalam masyarakat. Produk-produk yang memiliki SJH MUI cenderung lebih diminati oleh konsumen Muslim karena mereka mempercayai bahwa produk tersebut telah melalui proses sertifikasi yang ketat dan memenuhi syarat-syarat kehalalan.

Teori Masalah Mursalah pada Sertifikasi Halal

Teori *masalah mursalah* pertama kali diperkenalkan oleh Imam Malik, pendiri mazhab Maliki. Namun, karena pengikutnya yang lebih akhir mengingkari hal tersebut, maka setelah abad ketiga hijriyah tidak ada lagi *ushûl al-fiqh* yang menisbatkan *masalah mursalah* kepada Imam Malik (Hallag, 2000), sehingga tidak berlebihan jika ada pendapat yang menyatakan bahwa teori *masalah mursalah* ditemukan dan dipopulerkan oleh ulama-ulama *ushûl al-fiqh* dari kalangan Syafi'iyah, yaitu Imam al-Haramain al-Juwaini (W. 478 H), guru Imam al-Ghazali. Dan menurut beberapa hasil penelitian, ahli *ushûl al-fiqh* yang paling banyak membahas dan mengkaji *masalah mursalah* adalah Imam al-Ghazali yang dikenal dengan sebutan *hujjat al-Islâm*.

Secara etimologis, kata *mashlahah* berasal dari bahasa Arab: *al-mashlahah* dan telah dibakukan ke dalam bahasa Indonesia menjadi kata *masalahah*, selanjutnya juga digunakan kata masalah saja yang berarti manfaat atau sesuatu pekerjaan yang mengandung manfaat. Atau sesuatu mendatangkan kebaikan atau membawa kemanfaatan dan/atau menolak kerusakan (Farid, 2008).

Yang dimaksud dengan *mashlahah mursalah* yaitu menetapkan suatu hukum yang mana belum tercantum secara rinci didalam nash atau dalil syara' dengan tujuan kemashlahatan. Sebagaimana tujuan syara yang diturunkan adalah demi kemashlahatan manusia, tetapi kemashlahatan tersebut bukan menurut ukuran kebutuhan dan kesenangan manusia melainkan ukuran yang ada dalam syara'. Dalam hal ini kita perlu

melihat fenomena pengoptimaan sertifikasi halal di Indonesia dan gencarnya sertifikasi halal yang dilakukan di luar negeri dari kacamata mashlahah mursalah dengan tujuan untuk menjauhkan kemudharatan dan meghadirkan kemashlahatan bagi Masyarakat yang mendaftarkan produknya kepada program sertifikasi halal.

Sertifikasi halal adalah proses untuk mendapatkan sertifikasi halal dengan melalui beberapatahapan pemeriksaan untuk membuktikan bahan baku, proses produksi dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan (LPPOM MUI 2008). Sertifikasi ini dilakukan dengan melakukan serangkaian pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor yang kompeten dibidangnya untuk kemudian ditetapkan status kehalalannya sehingga tercipta suatu fatwa yang tertulis yang menyatakan kehalalan produk dalam sertifikat halal. Sertifikat halal berlaku selama kurun waktu 4 tahun. Kemudian bisa dilakukan perpanjangan. Perusahaan harus memberikan jaminan halal dengan selalu menjaga konsistensi kehalalan produk. Secara berkala setiap 6 bulan sekali harus melaporkan pelaksanaan Sistem Jaminan Halal.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat pengaruh sertifikasi halal BPJPH terhadap minat beli di restoran all you can eat Hachi Grill Sutami Bandung?”. Selanjutnya tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal BPJPH terhadap minat beli konsumen di restoran all you can eat ala Jepang Hachi Grill Sutami Bandung.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan dan penerapan sertifikasi halal di restoran Hachi Grill Sutami Bandung.

B. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif, teori atau paradigma teori yang digunakan untuk menuntun peneliti menemukan masalah penelitian, menemukan hipotesis, menemukan konsep-konsep, menemukan metodologi, dan menemukan alat-alat analisis data. Metode yang digunakan adalah metode analisis data kuantitatif secara deskriptif. Fokus kegiatannya adalah pengumpulan dan penataan data serta penggunaan pengukuran yang sifatnya menyederhanakan. Jenis data yang digunakan, data primer bersumber dari kuesioner dan wawancara dan data sekunder bersumber dari penelitian terdahulu.

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini diantaranya : studi pustaka, kuisisioner,observasi dan wawancara. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen atau yang pernah mengkonsumsi produk makanan di Hachi Grill Sutami Bandung. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan Lemeshow diperoleh sampel pada penelitian ini minimal 68 orang yang mewakili ke akuratan data.

Adapun kuisisioner yang memuat indikator-indikator variabel berjumlah 23 (dua puluh tiga) pertanyaan. Banyaknya responden yang mengisi kuisisioner sebanyak 116 orang Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini secara nonprobability sampling atau pemilihan non random yang berupa purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria yang digunakan telah ditentukan oleh peneliti. Kriteria yang digunakan berdasar pada pertimbangan judgement sampling. Judgement sampling, sampling dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa dia adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Penjelasan mengenai dua variabel yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut:

Variabel Bebas (Independen)

Variabel ini biasa diistilahkan dengan variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*, variabel pengaruh, variabel perlakuan, kausa, *treatment*, risiko, variabel bebas dan variabel oksogen. Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan variabel dependen (terikat). Dinamakan demikian karena variabel ini bebas dalam memengaruhi variabel lain. Variabel Bebas dalam penelitian ini adalah Sertifikasi Halal (X).

Variabel Terikat (Dependen)

Variabel ini sering disebut variabel *output*, kriteria, konsekuen, variabel efek, variabel terpengaruh, variabel terikat, variabel tergantung dan variabel indogen. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang akan menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Disebut variabel terikat karena variabel ini dipengaruhi oleh variabel bebas/variabel independen. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Beli di Restoran *all you can eat* ala Jepang (Y)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan
Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas X dan Y

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Signifikan	Keterangan
Sertifikasi Halal BPJPH (X)	SH1	0.771	0.1535	0,000	valid
	SH2	0.717	0.1535	0,000	valid
	SH3	0.768	0.1535	0,000	valid
	SH4	0.795	0.1535	0,000	valid
	SH5	0.515	0.1535	0,000	valid
	SH6	0.769	0.1535	0,000	valid
	SH7	0.370	0.1535	0,000	valid
	SH8	0.492	0.1535	0,000	valid
	SH9	0.400	0.1535	0,000	valid
	SH10	0.594	0.1535	0,000	valid
Minat Beli (Y)	MB1	0.552	0.1535	0,000	valid
	MB2	0.697	0.1535	0,000	valid
	MB3	0.730	0.1535	0,000	valid
	MB4	0.618	0.1535	0,000	valid
	MB5	0.701	0.1535	0,000	valid
	MB6	0.609	0.1535	0,000	valid
	MB7	0.657	0.1535	0,000	valid
	MB8	0.666	0.1535	0,000	valid
	MB9	0.664	0.1535	0,000	valid
	MB10	0.705	0.1535	0,000	valid
	MB11	0.586	0.1535	0,000	valid
	MB12	0.710	0.1535	0,000	valid
	MB13	0.596	0.1535	0,000	valid

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 1 diperoleh hasil dari hasil uji validitas pada semua butir pertanyaan setiap variable dalam penelitian ini adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari tabel tersebut adalah nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05

Uji Realibilitas

Tabel 2. Uji Realibilitas X dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria
Sertifikasi Halal BPJPH	0.886	reliable
Minat Beli	0.915	Reliable

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 2 menyatakan bahwa semua variable dinyatakan reliabel, dapat dilihat pada nilai koefisien alpha variable Sertifikasi Halal BPJPH terhadap minat beli di restoran All You Can Eat ala Jepang lebih besar dari 0,60 dapat dikatakan bahwa variable-variable yang terdapat pada penelitian ini Reliabel.

Pengaruh Sertifikasi Halal BPJPH (X) terhadap Minat Beli di Restoran All You Can Eat Ala Jepang Hachi Grill Sutami Bandung (Y)

Berikut adalah hasil penelitian mengenai Sertifikasi Halal BPJPH terhadap Minat Beli yang diuji dengan teknik analisis data uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
	N	116
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.88344302
Most Extreme Differences	Absolute	.157
	Positive	.157
	Negative	-.102
Test Statistic		1.012
Asymp. Sig. (2-tailed)		.257
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Gambar 1. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Di lihat dari Gambar 1 diatas bahwa nilai N = 116 yaitu jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sejumlah 100 orang, nilai *kolmogorov-smirnov z* menunjukkan angka 1,012 dan Asym. Sig (2-tailed) menunjukkan angka 0,257. Sehingga dapat diketahui bahwa $0,257 > 0,05$ yang berarti nilai residual lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT BELI * SERTIFIKASI HALAL BPJPH	Between Groups	(Combined)	2973.762	18	165.209	11.888	0.004
		Linearity	1579.228	1	1579.228	113.640	0.000
		Deviation from Linearity	1394.534	17	82.031	5.903	0.445
	Within Groups		1347.988	97	13.897		
	Total		4321.750	115			

Gambar 2. Uji Linearitas

Berdasarkan tabel , maka diperoleh *sign* adalah 0,445 berarti dalam hal ini *sign* lebih besar dari α ($0,445 > 0,05$), sehingga kita dapat diketahui bahwa antara Sertifikasi Halal BPJPH terhadap minat beli memiliki hubungan yang linear atau berpola linear

Tabel 3. Pengaruh Sertifikasi Halal BPJPH (X) terhadap Minat Beli (Y)

Variabel	R square	t Hitung	t Tabel	Keputusan	Koefisien Determinasi
X dan Y	0,365	8,102	1,984	Ho ditolak	36,0%

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2024.

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh antara Sertifikasi Halal BPJPH dengan minat beli adalah 0.365. Hasil pengujian dengan statistik didapat nilai thitung (8.102) > ttabel (1.984). Hal tersebut mengindikasikan penolakan Ho yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara Sertifikasi Halal BPJPH terhadap minat beli di restoran all you can eat Hachi Grill Sutami Bandung. Artinya semakin tinggi pengaruh sertifikasi halal, semakin tinggi pula minat beli konsumen. Koefisiensi determinasi yang didapat dari hasil perhitungan adalah 36,0%. Hal ini memberikan pengertian bahwa minat beli di restoran Hachi Grill Sutami Bandung dipengaruhi oleh variabel sertifikasi halal sebesar 36,0%, sedangkan sisanya, 64,0% merupakan kontribusi variabel lain selain sertifikasi halal.

Hasil dari penelitian terlihat bahwa setelah responden mengetahui sertifikasi halal di Hachi Grill Sutami Bandung, semakin meningkat pula minat beli konsumen di restoran ini. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara sertifikasi halal BPJPH terhadap minat beli konsumen di Hachi Grill Sutami Bandung. Dari hasil wawancara dengan supervisor Hachi Grill Sutami Bandung, “Perusahaan kami sudah menerapkan instruksi dari BPJPH dengan membuat manual book 11 Kriteria SJH (Sistem Jaminan Halal), yang perusahaan kami rancang sesuai dengan kondisi perusahaan kami. Kami juga sudah memiliki Sertifikasi Halal BPJPH sejak Juni 2022 telah kami tunjukan keberadaan sertifikatnya pada konsumen kami. Kemudian untuk logo Halal pun sudah kami tempatkan di beberapa titik di restoran kami sehingga mudah di lihat oleh konsumen”.

Ini dibuktikan dengan Sertifikat BPJPH yang telah dimiliki Hachi Grill Sutami Bandung sejak tahun 2022. Juga dengan memilikinya panduan 11 (sebelas) kriteria Sistem Jaminan Halal yang Hachi Grill rumuskan sesuai dengan kondisi perusahaan. Sistem Jaminan Halal Hachi Grill Sutami Bandung sudah diterapkan kepada seluruh komponen. Mulai dari bahan baku, proses produksi sampai penyajian. Hachi Grill Sutami Bandung juga telah melakukan training Sistem Jaminan Halal kepada seluruh staff dan stakeholder (kitchen dan floor). Hachi Grill Sutami Bandung juga telah menempatkan Sertifikat Halal BPJPH ditempat yang terlihat oleh konsumen. Hachi Grill Sutami Bandung telah menempatkan Logo Halal di banyak titik restoran agar mudah terlihat oleh konsumen untuk menghilangkan keragu-raguan konsumen terhadap produk mereka. 11 (sebelas) kriteria SJH yaitu:

1. Kebijakan halal perusahaan
2. Tim manajemen halal
3. Pelatihan dan edukasi
4. Bahan
5. Produk
6. Fasilitas produksi
7. Prosedur tertulis untuk aktivitas kritis
8. Kemampuan telusur (traceability)
9. Penanganan produk yang tidak memenuhi kriteria
10. Audit internal
11. Kaji ulang manajemen

Restoran *all you can eat* seperti Hachi Grill Sutami Bandung memiliki peluang untuk menarik pelanggan Muslim yang lebih banyak dengan menawarkan makanan yang disertifikasi sebagai Halal BPJPH. Namun, penting untuk memahami sejauh mana sertifikasi Halal BPJPH memengaruhi tingkat minat beli konsumen di restoran tersebut. Sementara itu, isu sertifikasi Halal juga relevan dengan etika bisnis dalam konteks restoran. Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran dalam label dan transparansi, adalah faktor penting

dalam membangun kepercayaan konsumen. Sertifikasi halal BPJPH menjadi jaminan bagi umat muslim dalam hal melakukan konsumsi produk di restoran All You Can Eat ala Jepang khususnya di Hachi Grill Sutami Bandung. Sehingga dapat diartikan bahwasanya sertifikasi halal menjadi pertimbangan dalam membeli produk makanan halal. Oleh karena itu, sertifikasi halal menjadi bagian peran penting yang bisa memberikan pengaruh positif bagi konsumen muslim pada niat pembelian makanan halal di masa yang akan datang.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Hachi Grill Sutami Bandung sudah melaksanakan dan menerapkan Sertifikasi Halal. Ini dibuktikan dengan Sertifikat BPJPH yang telah dimiliki Hachi Grill Sutami Bandung sejak tahun 2022. Juga dengan memilikinya panduan 11 (sebelas) kriteria Sistem Jaminan Halal yang Hachi Group rumuskan sesuai dengan kondisi perusahaan.
2. Terdapat hubungan positif antara *interest* (minat) terhadap iklan Le Minerale dengan 2. Sertifikasi Halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli di restoran All You Can Eat ala Jepang Hachi Grill Sutami Bandung. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji ttest dimana nilai thitung yaitu sebesar 8,102 dan nilai ttabel adalah 1,984. Sehingga thitung > ttabel dan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada Hachi Grill Sutami Bandung dan Bapak Julio Dwi Hermanto yang telah mendukung dan membantu memberikan data maupun informasi-informasi untuk kelancaran dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Adam, Panji. *Fikih Muamalah Adabiyah*, Bandung : PT Refika Aditama, 2018.
- [2] Barlian, Eri. *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Padang, Sukabina Press, 2016).
- [3] Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif. Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2005).
- [4] Conny R, Semiawan. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya* (Jakarta: Grasindo, 2010).
- [5] Durrotul Faridah, Hayyun. *Sertifikasi Halal di Indonesia, sejarah, perkembangan dan implementasi* (Surabaya, Pusat Riset dan Pengembangan Produk Halal, UNAIR 2019)
- [6] Harsojuwono, Bambang. *Statistika Penelitian* (Malang, Madani Media, 2020).
- [7] Kotler, Philip “*Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II*”, Jakarta: PT. Indeks, 2005,
- [8] Kurniawan, Gogi. *Prilaku Konsumen pada Pembelian Beras Organik*. Cet. Pertama 2020
- [9] Qaradhawi, Yusuf. *Halal dan Haram Dalam Islam* (Jakarta; Rabbani press 2000),
- [10] Sopa, “*Sertifikasi Halal Majelis Ulama Indonesia Studi atas Fatwa Halal MUI terhadap Produk Makanan, Obat-obatan dan Kosmetika*”. Gaung Persada Press Group Jakarta, Desember 2013 Cet. Pertama
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2015),
- [12] Training Pemahaman SJH MUI Shabu Hachi & Hachi Grill 2020
- [13] Nurfadilah, F., & Rohmah Maulida, I. S. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah Unisba terhadap Penggunaan Shopeepaylater ditinjau dari Etika Konsumsi dalam Islam. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 63–66. <https://doi.org/10.29313/jres.v3i1.1751>
- [14] Resti Risdianingsih, Asep Ramdan Hidayat, & Yayat Rahmat Hidayat. (2023). Analisis Fikih Muamalah tentang Hadiah Bersyarat Melalui Cashback di E-Commerce Lazada. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 99–104. <https://doi.org/10.29313/jres.v3i2.2805>

- [15] Swanty Maharani, & Akhmad Yusup. (2022). Analisis Pendapat Madzhab Imam Syafi'i tentang Jual Beli Pesanan dan Implementasinya pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 41–46. <https://doi.org/10.29313/jres.v2i1.793>