

## **Analisis Perilaku Konsumen Muslim dalam Penggunaan Produk Soju Non Alkohol**

**Reza Naftali R<sup>\*</sup>, Gandana Madjakusumah, Popon Srisusilawati**

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

\*rezaaftaa@gmail.com, gandana1959@gmail.com, poponsrisusilawati@gmail.com

**Abstract.** As Muslim consumers, we are encouraged to consume halal and thayyib food. At the same time, there are many food and beverage innovations made by home-based business actors. Including one trend of non-alcoholic soju which is an absorption of Korean soju alcohol. The purpose of this study is to find out how Muslim consumers are interested in using non-alcoholic soju products and how Muslim consumers behave in using non-alcoholic soju products. This research uses qualitative methods with a descriptive analysis approach and uses interview methods for the collection of research data. The results of the study also show that the interest of Muslim consumers towards the use of non-alcoholic soju products is quite high. This is due to the curiosity of the informants who on average know that alcoholic soju products are now available with non-alcoholic versions. The behavior of Muslim consumers in the use of non-alcoholic soju products shows that the informants interviewed by researchers for this study consider this non-alcoholic soju product to be halal because it does not use alcohol at all. Although on the bottle there is no halal logo from LPPOM MUI.

**Keywords:** *Muslim Consumers, Non Alcoholic Soju.*

**Abstrak.** Sebagai konsumen muslim, kita dianjurkan mengkonsumsi makanan yang halal dan thayyib. Beriringan dengan itu ragam inovasi makanan dan minuman yang dibuat oleh pelaku usaha rumahan mulai banyak. Termasuk salah satu trend soju non alkohol yang merupakan serapan soju alkohol asal korea. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana minat konsumen muslim dalam menggunakan produk soju non alkohol dan bagaimana perilaku konsumen muslim dalam penggunaan produk soju non alkohol. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif dan menggunakan metode wawancara untuk pengumpulan data penelitiannya. Dari hasil penelitian pun menunjukkan bahwa minat konsumen muslim terhadap penggunaan produk soju non alkohol ini cukup tinggi. Hal ini dikarenakan rasa penasaran dari informan yang rata – rata mengetahui produk soju alkohol kini tersedia dengan versi non alkohol. dan perilaku konsumen muslim dalam penggunaan produk soju non alkohol menunjukkan bahwa informan masih memperhatikan etika – etika konsumsi sebagai konsumen muslim mulai dari kehalalan, kehendak bebas, keadilan, ketauhidan, sederhana, dan amanah. Perilaku konsumen muslim dalam penggunaan produk soju non alkohol menunjukkan informan yang diwawancarai peneliti untuk penelitian ini menganggap produk soju non alkohol ini halal karena memang tidak menggunakan alkohol sedikitpun. Meskipun di botol minumannya belum ada logo halal dari LPPOM MUI.

**Kata Kunci:** *Konsumen Muslim, Soju Non Alkohol.*

## A. Pendahuluan

Soju non alkohol merupakan sebuah terobosan dari pengusaha asal Bandung. Minuman ini merupakan minuman yang biasa dikenal sebagai *sparkling water* atau mojito yang dikemas dalam botol kaca berwarna hijau menyerupai produk soju beralkohol dan labelnya pun seperti produk soju alkohol. Soju non alkohol inipun memiliki rasa yang beragam seperti leci, *peach*, strawberry, dan lainnya.[1] Minuman soju non alkohol ini memang tidak menggunakan alkohol satu persenpun. Dari beberapa minuman soju non alkohol yang beredar, belum ada yang memiliki logo halal MUI di produknya. Padahal hal tersebut penting untuk diperhatikan mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia.

Dalam konsep halal dan haram, sesuatu yang halal jika disebutkan dengan lafadz perintah, maka hukumnya menjadi wajib. Itu juga yang terjadi untuk mengkonsumsi makanan halal, dirumuskan dengan dalil yang mengandung unsur perintah [2]. Anjuran untuk mengkonsumsi yang halal banyak tercantum di dalam Al – Quran diantaranya :

Tuntunan untuk mengkonsumsi yang halal tercantum pada Q.S Al- Baqarah : 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata. [3]

Halal merupakan kata serapan bahasa Indonesia yang berasal dari Bahasa Arab yaitu “*halla*” yang berarti diperbolehkan, diizinkan, tidak dilarang.[4] Menurut Ahmad Al-Syarbasi, halal merupakan semua yang tidak dihukum untuk pelakunya terhadap perlakuannya, sehingga halal adalah segala yang dibolehkan syariat atas perbuatannya. [5]

Sertifikasi Halal merupakan suatu fatwa tertulis dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. [6] Sertifikat ini merupakan salah satu syarat untuk suatu produk yang akan mencantumkan logo halal di produknya untuk membuat konsumen muslim percaya dan merasa aman saat akan mengkonsumsi produk tersebut karena status kehalalannya sudah jelas.

Dalam Fatwa MUI No. 4 Tahun 2003[7] disebutkan bahwa :tidak boleh mengkonsumsi makanan ataupun minuman yang menggunakan nama – nama dari makanan atau minuman yang diharamkan. Sehingga jika kita berkaca pada fatwa tersebut, konteksnya soju non alkohol diharamkan karena menyerupai soju beralkohol. [7]

Minat Konsumen merupakan suatu hasil pemikiran dari seorang konsumen yang setelah melihat tentang spesifikasi produk ataupun jasa, dia memiliki keinginan untuk mencoba memenuhi keinginan tersebut untuk memenuhi kebutuhannya[8]. Minat konsumen merupakan suatu perasaan berupa dorongan untuk mendapatkan satu objek yang ia inginkan.

Perilaku konsumen merupakan usaha manusia untuk mendeskripsikan cara manusia lain yang berperan sebagai konsumen dalam mengalokasikan pendapatannya yang berbeda – beda atas barang maupun jasa untuk mensejahterakan hidupnya. Dengan memahami perilaku konsumen, kita bisa melihat bagaimana keputusan seorang konsumen dalam membeli barang dengan perubahan pendapatan dan harga dapat mempengaruhi permintaan barang dan jasa tertentu. [9]

Sebagai konsumen muslim, kita harus memahami bagaimana sertifikasi halal suatu produk sangatlah penting. Produsen juga harus memperhatikan hal seperti ini mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk

muslim terbanyak di dunia. Ketentuan untuk jaminan halal di Indonesia telah diatur dalam sistem jaminan halal (SJH) dan Undang – Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) [10]

Dan sebagai umat muslim dan makhluk hidup ciptaan Allah SWT yang perlu memenuhi kebutuhan hidupnya, kita perlu melakukan kegiatan – kegiatan yang menunjang untuk

pemenuhan kebutuhan sehari – hari. Islam tidak menyulitkan kaumnya untuk memenuhi kehidupan sehari – hari. Dalam perilaku konsumsi konsumen muslim, konsumsi dilakukan atas dasar prinsip keislaman. Hal ini dilakukan agar tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Dalam Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia – dengan Allah SWT. Namun, manusia juga mengatur hubungan antara manusia – dengan manusia lain. Bagaimana manusia hidup saling membantu dalam hal sosial dan ekonomi, bukan hanya kebaikan untuk sesama manusia. Melainkan terdapat nilai ibadah di dalamnya. Dalam hal ekonomi Islam hal yang berkaitan dengan konsumsi, distribusi dan konsumsi harus berpijak pada etika dan kebaikan sesama manusia. [11]

Adapun etika konsumsi untuk konsumen muslim yaitu : (a) Ketauhidan; (b) Keadilan; (c) Kehendak Bebas; (d) Amanah; (e) Halal; (f) Sederhana. [12]

Namun sesuai dengan Fatwa MUI no 4 Tahun 2003 bagian empat bahwa halal atau tidaknya suatu produk juga meliputi : (a) Tidak diperbolehkan untuk menggunakan dan mengkonsumsi nama maupun simbol dari makanan dan minuman yang mengarah ke kekufuran dan kebathilan. (b). Tidak diperbolehkan untuk menggunakan dan mengkonsumsi nama maupun simbol makanan dan minuman yang mengarah ke nama benda atau binatang yang diharamkan seperti khamr dan babi. (c). Tidak diperbolehkan untuk menggunakan dan mengkonsumsi bahan campuran bagi komposisi bahan makanan dan minuman yang bisa menimbulkan rasa dan aroma seperti benda atau binatang yang diharamkan. (d). Tidak diperbolehkan mengkonsumsi dan menggunakan makanan dan minuman yang menggunakan nama – nama makanan dan minuman yang diharamkan oleh Islam seperti *wine, beer, whiskey*, dan lainnya.

Dalam produk Soju Non Alkohol, jika kita lihat produk tersebut belum sesuai dengan Fatwa MUI No. 4 Tahun 2003 tersebut. Karena meskipun selama ini produk soju non alkohol tidak menggunakan alkohol satu persenpun untuk produknya, tapi dengan nama soju non alkohol juga sudah mengingatkan kita bahwa soju merupakan produk beralkohol. Yang kedua, namanya sesuai dengan nama minuman khamr yang diharamkan. Sehingga saat ini produk soju non alkohol tidak bisa dikatakan halal sesuai dengan Fatwa MUI No.4 Tahun 2003 karena masih bertentangan dengan ketentuan tersebut.

Dan juga sesuai dengan Surat Keputusan Direktur LPPOM MUI No. 46 Tahun 2014 tentang Ketentuan Penulisan Nama Produk dan Bentuk Produk, Nomor 3 tentang Nama Produk yang Tidak Dapat Disertifikasi mengenai kehalalan suatu produk: (a). Nama suatu produk yang mengandung nama minuman keras di dalamnya. Contohnya es kopi rum, es krim rum, bir 0% alkohol dan yang lainnya. (b). Nama suatu produk yang mengandung nama babi, anjing, dan binatang yang diharamkan lainnya. Contohnya adalah babi guling, nasi goreng babi. (c). Nama suatu produk yang mengandung unsur setan atau sesuatu yang buruk yang tidak ada dijelaskan dalam Islam. Contohnya Mie setan, kripik setan, dan lainnya. (d). Nama suatu produk yang namanya mengarah ke suatu yang yang dapat menimbulkan kekufuran seperti coklat *valentine*, kue natal, dan lainnya. (e). Nama suatu produk yang namanya mengandung arti dan berkonotasi ke arah hal – hal yang vulgar, tidak etis, dan pornografi.

Dari dua peraturan diatas ternyata bisa kita ketahui ternyata halal memang bukan sebatas bahan – bahannya saja. Namun hal kecil seperti penamaan produk pun ternyata menentukan. Dan jika berkaca pada aturan diatas maka produk soju non alkohol sebenarnya sama saja diharamkan. Karena dari penamaannya masih menggunakan kata “Soju” yang mana itu merupakan minuman beralkohol yang diharamkan. Kedua dari segi pengemasannya, soju non alkohol dikemas sedemikian rupa sehingga mirip sekali dengan produk soju beralkohol.

Melihat fakta yang terjadi saat ini, konsumen muslim memiliki beberapa pertimbangan pada saat akan membeli sesuatu. Ada beberapa etika yang ia pegang dalam melakukan konsumsi. Misalnya mulai dari aspek harga, aspek kehalalannya, serta kegunaan atau manfaat yang didapat setelah menggunakan suatu produk.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diambil rumusan masalah “Bagaimana minat konsumen muslim dalam penggunaan produk soju non alkohol” dan “ Bagaimana perilaku konsumen muslim dalam penggunaan produk soju non alkohol?” Adapun, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana minat produk soju non alkohol dikalangan konsumen muslim dan untuk menganalisis perilaku konsumen muslim dalam penggunaan

produk soju non alkohol.

## B. Metodologi Penelitian

Metode Penelitian adalah seperangkat pengetahuan tentang langkah – langkah sistematis dan logis dalam mencari data yang berkenaan dengan masalah tertentu untuk diolah, dianalisis, diambil kesimpulan, dan selanjutnya dicarikan cara pemecahannya.[13] Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dengan pendekatan analisis deskriptif kualitatif dan jenis data yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Adapun teknik penarikan informan yang dibutuhkan untuk wawancara dalam penelitian ini memiliki kriteria: warga kota Bandung, jenis kelamin perempuan, berusia 20 – 25 tahun, beragama Islam, dan pernah mengonsumsi produk soju non alkohol.

Peneliti mengambil sebanyak 5 orang informan untuk diwawancarai mengenai penelitian ini. Sumber data yang dipakai yaitu sumber data primer yang merupakan data yang didapat atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari hasil wawancara dengan informan.[14] kemudian sumber data sekunder yang merupakan data yang didapat atau dikumpulkan peneliti dari semua sumber yang sudah ada. Dalam hal ini, peneliti bertindak sebagai tangan kedua. Contoh dari data sekunder ini adalah BPS, jurnal, buku, laporan, dan sebagainya.[15], Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Informan mengatakan minat mereka cukup tinggi pada saat mengetahui produk soju non alkohol ini. Mereka mengetahui soju merupakan minuman beralkohol yang sering ditemui di drama Korea. Dan kini ada inovasi minuman soju non alkohol yang tidak menggunakan alkohol, satu persenpun.

Sedangkan dalam penelitian terdahulu mengenai minat konsumen muslim dalam mengonsumsi produk soju non alkohol menunjukkan hasil penelitian bahwa variable Halal Awareness berpengaruh terhadap minat beli konsumen produk minuman Korean Sparkling Water Mojiso dengan nilai signifikansi dari hasil uji simultan (uji F) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, hipotesis diterima dan variabel Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Produk Minuman Korean Sparkling Water Mojiso (Studi Pada Mahasiswa Muslim Penggemar Drama Korea) [16]

Namun konsumen muslim yang diwawancarai juga mengatakan cukup sesekali saja mengonsumsi produk soju non alkohol ini. Karena produk tersebut termasuk ke dalam keinginan, bukan kebutuhan yang harus selalu dipenuhi atau bahkan sampai masuk ke dalam daftar kebutuhan setiap hari.

Etika konsumen muslim dalam melakukan konsumsi menurut Arif [12] yaitu :

1. Tauhid : konsumen muslim harus mempercayai bahwa sebagian konsumsi yang kita lakukan merupakan bentuk ibadah kepada Allah SWT. Sehingga dianjurkan untuk mengonsumsi sesuatu yang sudah jelas halal dan baik untuk tubuh. Soju non alkohol belum memiliki logo halal dan sertifikais halal nya pun belum jelas. Sehingga menimbulkan kebingungan karena disatu sisi tidak menggunakan alkohol dalam produknya, namun belum memiliki logo halal juga.
2. Keadilan : dalam konsumsi, kebutuhan duniawi harus diimbangi juga dengan kebutuhan spiritual dalam hal apapun. Sebisa mungkin kita harus bersikap adil baik dengan posisi kita sebagai konsumen maupun sebagai penjual produk. Baiknya untuk pengusaha produk soju non alkohol untuk menguruskan sertifikasi halal produknya.hal itu dilakukan agar dapat memberikan rasa aman dan adil kepada konsumen muslim yang akan membeli produk tersebut.mengingat masih banyak konsumen muslim yang minat untuk produk soju non alkohol.

3. **Kehendak Bebas** : sebagai konsumen muslim kita memiliki kehendak untuk bebas memilih apa yang akan kita konsumsi. Konsumen muslim bebas untuk memilih produk soju non alkohol karena sebelumnya mereka mengkonfirmasi kepada penjual mengenai produk soju non alkohol ini.
4. **Amanah** : konsumen muslim harus dapat mempertanggungjawabkan apa yang ia konsumsi. Dan penjual pun harus bertanggungjawab terhadap apa yang ia jual. Dalam hal ini dengan kita membelinya berarti kita harus menerima segala konsekuensi baik atau buruknya yang akan kita terima. Dalam hal ini, penjual produk soju non alkohol mengatakan produknya memang tidak menggunakan alkohol meskipun belum memiliki sertifikasi halal
5. **Halal** : konsumen muslim jelas harus mengonsumsi produk yang halal. Dalam hal ini halal bukan hanya soal kandungan makanan atau bahannya saja. Namun lebih detail mencakup semua yang disebutkan dalam fatwa MUI No. 4 Tahun 2003 [7] yaitu : (a). Tidak diperbolehkan untuk menggunakan dan mengonsumsi nama maupun simbol dari makanan dan minuman yang mengarah ke kekufuran dan kebathilan. (b). Tidak diperbolehkan untuk menggunakan dan mengonsumsi nama maupun simbol makanan dan minuman yang mengarah ke nama benda atau binatang yang diharamkan seperti khamr dan babi. (c). Tidak diperbolehkan untuk menggunakan dan mengonsumsi bahan campuran bagi komposisi bahan makanan dan minuman yang bisa menimbulkan rasa dan aroma seperti benda atau binatang yang diharamkan. (d). Tidak diperbolehkan mengonsumsi dan menggunakan makanan dan minuman yang menggunakan nama – nama makanan dan minuman yang diharamkan oleh Islam seperti *wine, beer, whiskey*, dan lainnya. Sesuai dengan penelitian terdahulu yang berjudul Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumen Muslim yang dilakukan oleh Zulfikas Alkautsar dan Meri Indri Hapsari. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa Implementasi pemahaman unsur halal dalam konsumsi Islam oleh subjek pada penelitian itu diwujudkan melalui pemeriksaan label pada kemasan produk yang akan dikonsumsi, rekomendasi dari teman yang telah mengonsumsi produk tersebut, memperhatikan fungsi dari produk yang akan dibeli apakah sesuai dengan hukum Islam atau tidak, dan menanyakan langsung pada pramuniaga di tempat penjualan produk tersebut. Implementasi pemahaman unsur proporsional dalam mengonsumsi oleh subjek pada penelitian itu diwujudkan melalui pembuatan prioritas konsumsi sebagai cara untuk mendisiplinkan diri dalam pembelanjaan uang yang mereka miliki dan menghindari untuk berhutang. [11]

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Minat konsumen muslim dalam penggunaan produk soju non alkohol dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan yang terkumpul menunjukkan bahwa minatnya begitu tinggi mengingat informan yang merupakan penggemar budaya dan drama Korea. Soju yang merupakan minuman beralkohol khas korea yang sering muncul di serial drama Korea kemudian diinovasikan oleh pengusaha kreatif asal Bandung menjadi minuman soju non alkohol sehingga banyak yang ingin mencicipi minuman tersebut. Meskipun sebenarnya rasanya sama seperti minuman mojito, yang menjadi pembeda hanyalah cara pengemasannya saja yang dituangkan ke dalam botol hijau dan diberi label seperti soju beralkohol khas Korea. Dan minuman ini tidak mengandung alkohol sedikitpun.

Perilaku konsumen muslim dalam penggunaan produk soju non alkohol menunjukkan informan yang diwawancarai peneliti untuk penelitian ini menganggap produk soju non alkohol ini tidak menggunakan alkohol sedikitpun. Meskipun di botol minumannya tidak atau belum ada logo halal dari LPPOM MUI. Hal tersebut membuat informan tidak ragu untuk membeli produk tersebut karena mereka bertanya terlebih dahulu ke penjual produk tersebut sebelum membelinya. Selanjutnya, dalam melakukan konsumsi sebagai seorang muslim, etika konsumsi yang banyak digunakan oleh informan yang peneliti wawancarai yaitu etika kehendak bebas

dimana informan sebagai konsumen muslim bebas untuk mengkonsumsi apa yang ia mau namun tetap memperhatikan aspek halal mulai dari melihat logo halal suatu produk dan jika tidak ada logo halal konsumen bertanya langsung ke penjual produknya untuk memastikan kehalalannya. Selanjutnya dalam etika keadilan, penjual produk juga seharusnya memperhatikan sertifikasi halal dari produk soju non alkohol agar pembeli merasa aman mengetahui bahwa produknya terdapat logo halal penggunaanya

### Acknowledge

Terimakasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada pihak yang telah membantu: Kepada ananda Shaafea Noureen Fauza yang selalu menjadi alasan untuk menyelesaikan semua yang telah dimulai dan untuk tetap melanjutkan semuanya. Dan tidak lupa kepada kedua orangtua yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan moril maupun materil kepada penulis agar senantiasa semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan juga kepada kedua pembimbing bapak Dr. Ir. D. Gandana Madjakusumah M.Si. dan Ibu Popon Srisusilawati., S.E.I., M.E.,Sy.

### Daftar Pustaka

- [1] “Mojiso, Soju Versi Indonesia dari Bandung yang Dijamin Halal.” <https://inibaru.id/kulinary/mojiso-soju-versi-indonesia-dari-bandung-yang-dijamin-halal> (accessed Jun. 02, 2022).
- [2] Y. Qaradhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*. Surabaya, 2007.
- [3] D. A. RI, *Al - Quran dan Terjemahannya*. Bandung.
- [4] M. H. Dr. Zulham., S.Hi., *Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim terhadap Produk Halal*. Jakarta: Kencana, 2018.
- [5] A. Al-syarbasi, *Al-Mu'jam al-Iqqtisadi al-Islami*. 1981.
- [6] M. Lubis, “Sertifikasi Halal pada Produk Makanan,” vol. 2, no. 3, 2021.
- [7] “Fatwa MUI No. 4 Tahun 2003 tentang Standarisasi Fatwa Halal”
- [8] D. Engel, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara, 2005.
- [9] P. . Faizi, *Etika & Norma Konsumsi Dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Harakatuna, 2021.
- [10] M. Ali, “Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal,” *AHKAM J. Ilmu Syariah*, vol. 16, no. 2, pp. 291–306, 2016, doi: 10.15408/ajis.v16i2.4459.
- [11] Z. Alkautsar and M. I. Hapsari, “Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim,” *J. Ekon. Syariah Teor. dan Terap.*, vol. 1, no. 10, p. 736, 2015, doi: 10.20473/vol1iss201410pp736-754.
- [12] M. N. R. Al Arif, “Perilaku Konsumen Muslim Dalam Memaksimalkan Kepuasan,” *J. Sosio-Religia LinkSas Yogyakarta*, no. 2, pp. 1–16, 2010.
- [13] A. Rukajat, *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- [14] Abdurrahman Misno B.P, *Metode Penelitian Muamalah*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2018.
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif - Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- [16] C. R. PUTRI, “PENGARUH HALAL AWARENESS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MINUMAN KOREAN SPARKLING WATER MOJISO,” 2021.
- [17] Handayani, Sri dan Asep Ramdan Hidayat. (2022). Tinjauan Fiqih Muamalah dan Perilaku Konsumen dalam Islam terhadap Transaksi Jual Beli Rumah dengan Sistem Borongan. *Jurnal Riset Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 61-68.