

**ANALISIS PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN PRODUK MAKANAN KEMASAN
IMPOR BERLABEL HALAL MUI
(Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya Malang)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

Arif Widya Imanullah

NIM 145020501111039



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**ANALISIS PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK
MAKANAN KEMASAN IMPOR BERLABEL HALAL MUI
(Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)**

Yang disusun oleh :

Nama : Arif Widya Imanullah
NIM : 145020501111039
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 1 Oktober 2018.

Malang, 1 Oktober 2018

Dosen Pembimbing,



Dr. Sri Muljaningsih, S.E., MSP

NIP. 196104111986012001

**ANALISIS PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK
MAKANAN KEMASAN IMPOR BERLABEL HALAL MUI
(Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)**

Arif Widya Imanullah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Email: arifimanullah96@gmail.com

ABSTRAK

Seiring dengan adanya pasar bebas, jumlah penduduk yang besar ini menjadikan Indonesia sebagai pasar berbagai macam produk yang berasal dari luar negeri. Berdasarkan data BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) terdapat 39.586 produk makanan kemasan impor yang terdaftar dan beredar di Indonesia hingga akhir tahun 2017. Salah satu hal yang jadi perhatian adalah kehalalan dari produk makanan kemasan impor tersebut. Hal ini menjadi cukup penting karena jumlah penduduk muslim di Indonesia merupakan mayoritas dan juga menjadi jumlah penduduk muslim terbesar didunia. Status kelhalal produk dapat dilihat pada label halal yang tertera di kemasan, namun sayangnya hanya sekitar 6,7% konsumen yang memperhatikan kelengkapan label produk pangan yang mereka beli, sedangkan 93,3% kurang memperhatikan atribut label pada kemasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian makanan kemasan impor berlabel halal MUI. Penelitian ini dilakukan di Universitas Brawijaya Malang pada 97 responden dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2014 hingga 2017. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa variabel pendapatan, selera dan pemahaman label halal berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian produk kemasan impor berlabel halal MUI. Sedangkan, variabel harga berpengaruh negatif signifikan terhadap pembelian pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI.

Kata kunci: Permintaan konsumen, Makanan kemasan impor, Pendapatan, Harga, Selera, Label halal.

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia. Hal dapat dilihat pada hasil sensus penduduk tahun 2010 yang dilakukan oleh BPS (Badan Pusat Statistik), jumlah penduduk muslim berjumlah 207.176.162 jiwa atau 87 persen dari 237.641.328 jiwa penduduk Indonesia. Seiring dengan adanya pasar bebas, jumlah penduduk yang besar ini menjadikan Indonesia sebagai pasar berbagai macam produk yang berasal dari luar negeri. Berdasarkan data BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) terdapat 39.586 produk makanan kemasan impor yang terdaftar dan beredar di Indonesia hingga akhir tahun 2017.

Berdasarkan hasil kajian Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), di Indonesia label pangan masih kurang mendapat perhatian dari konsumen. Hanya sekitar 6,7% konsumen yang memperhatikan kelengkapan label produk pangan yang mereka beli, sedangkan 93,3% adalah para konsumen yang kurang atau bahkan tidak memperdulikan kelengkapan label produk seperti tercantumnya label halal pada kemasan (Fitriah dan Kusumadinata, 2017).

Sebagian masyarakat Indonesia cenderung memilih makanan kemasan impor, karena makanan kemasan impor lebih unggul soal rasa dibandingkan dengan makanan kemasan lokal. Selain itu, dalam hal desain kemasan, dan warna kemasan makanan kemasan impor juga lebih unggul karena dinilai memudahkan konsumen, seperti dalam membungkus kembali makanan yang masih tersisa dengan adanya *reseable zipper* pada kemasan produk impor (Soegiono, 2012).

Beredarnya berbagai macam makanan kemasan impor menjadikan masyarakat muslim lebih selektif dalam memilih produk yang baik untuk dikonsumsi dimana tidak semua produk makanan impor telah berlabel halal MUI. Salah satu hal yang diperhatikan oleh masyarakat muslim dalam kegiatan konsumsi adalah kehalalan produk yang akan dikonsumsi, dilihat dari bahan ataupun cara pembuatan produk makanan.

Dalam ajaran Islam seorang muslim tidak diperkenankan memakan sesuatu kecuali yang halal. Bukan cuma halal, tetapi juga thayyib (baik). Para ulama menafsirkan thayyib sebagai bergizi sesuai standar ilmu kesehatan (Syahputra, 2017).

Indonesia memiliki lembaga yang dapat memberikan sertifikasi halal terhadap produk-produk makanan, obat-obatan dan kosmetik. Lembaga tersebut adalah LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia). Lembaga ini bertugas untuk memberikan sertifikasi halal kepada produk-produk makanan, obat-obatan dan kosmetik yang beredar di Indonesia. Produk yang telah mencantumkan label halal dari LPPOM-MUI berarti secara proses pembuatan dan kandungan produk telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, sehingga dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen muslim. Pemberian label halal ini juga memberikan kejelasan terhadap produk makanan impor sehingga masyarakat muslim tidak ragu apabila hendak mengkonsumsi.

Menurut MUI sekarang ini masyarakat dalam mengkonsumsi produk pangan cenderung lebih memperhatikan label kadaluarsa daripada label halal. Kondisi sebagian besar masyarakat Indonesia yang awam tentang halal dan haram pada makanan cenderung bersikap masa bodoh dalam mengkonsumsi berbagai macam produk yang ada di pasaran. Artinya hanya sebagian orang saja yang memang sadar akan pentingnya label halal tersebut yang akan mencari tahu status kehalalan produk yang dikonsumsi (Aprizawarman, 2014). Berdasarkan penelitian Kurnia dan Sudrajat (2013) label halal MUI mempengaruhi 62% responden dalam memutuskan untuk membeli produk makanan kemasan impor. Hal ini menjelaskan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain dari masyarakat yang mempengaruhi pembelian produk makanan kemasan impor.

B. KERANGKA TEORI

Teori Permintaan

Menurut Khusaini (2013), permintaan adalah permintaan seseorang terhadap suatu barang pada tingkat harga tertentu. Hubungan antara permintaan suatu barang dengan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dirumuskan dalam fungsi permintaan berikut:

$$D_x = F(P_x, P_y, Y/\text{cap.}) \quad (1)$$

Dimana:

D_x = Permintaan barang X

P_x = Harga X

P_y = Harga Y (barang substitusi atau komplementer)

$Y/\text{cap.}$ = Pendapatan perkapita

Dari fungsi tersebut dapat diartikan bahwa permintaan terhadap barang X dipengaruhi oleh harga barang X, harga barang Y, dan pendapatan perkapita. Dalam kenyataannya hubungan antara permintaan tidak selalu dipengaruhi oleh variabel tersebut, tetapi juga dapat dipengaruhi variabel lain seperti selera masyarakat, ekspektasi, distribusi pendapatan dan upaya peningkatan penjualan atau promosi.

Teori Permintaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Secara keseluruhan teori permintaan dalam perspektif mikroekonomi konvensional hampir sama dengan teori permintaan dalam perspektif mikroekonomi Islam, namun ada batasan-batasan *syari'ah* yang harus diperhatikan oleh setiap muslim dalam meminta atau membeli sejumlah komoditas. Islam mengharuskan seorang muslim untuk membeli dan menggunakan komoditas yang halal dan *thayyib*, dan meninggalkan komoditas haram (Elvira, 2015).

Quraish Shihab dalam Tafsir al-Misbah menjelaskan bahwa komoditas yang dikategorikan haram ada dua yaitu haram karena zatnya, dan haram karena merugikan diri sendiri, tidak diizinkan pemilikinya. Sedangkan komoditas yang halal adalah komoditas yang tidak termasuk dalam dua macam ini. Islam juga melarang seorang muslim untuk berperilaku *israf* atau berlebih-lebihan dalam membelanjakan pendapatan sekalipun komoditas yang dibeli adalah komoditas halal. Dengan adanya aturan-aturan *syari'ah* yang mengikat setiap muslim seperti halal-

haram suatu komoditas, maka pembahasan teori permintaan Islami lebih ditekankan kepada permintaan komoditas halal, komoditas haram, dan hubungan antara keduanya (Elvira, 2015).

Pendapatan

Pengertian pendapatan berdasarkan BPS (*Badan Pusat Statistik*) yaitu keseluruhan jumlah penghasilan yang diterima oleh seseorang sebagai balas jasa berupa uang dari segala hasil kerja atau usahanya baik dari sektor formal maupun non formal yang terhitung dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan masyarakat merupakan faktor yang sangat penting di dalam menentukan permintaan terhadap berbagai jenis barang, berbagai jenis barang tersebut dapat digolongkan menjadi dua yaitu barang normal dan inferior. Barang normal yaitu barang yang mengalami kenaikan permintaan apabila terjadi kenaikan dalam pendapatan konsumen, sedangkan barang inferior yaitu barang yang permintaannya menurun jika terjadi kenaikan dalam pendapatan konsumen (Nuraini, 2016).

Pada objek mahasiswa, pendapatan dapat disamakan dengan uang saku yang diberikan oleh orang tua. Hal ini karena kebutuhan hidup mahasiswa sebagian besar masih ditanggung oleh orang tua atau keluarga sehingga pendapatannya berasal dari orang tua meskipun terdapat beberapa mahasiswa yang telah bekerja dan mendapatkan penghasilan sendiri.

Selera

Selera masyarakat mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang atau jasa-jasa. Sebagai contoh, pada masa-masa tertentu orang lebih suka terhadap barang konsumsi yang bersifat instan, sehingga permintaan terhadap barang tersebut akan bertambah. Akan tetapi pada saat yang lain orang akan meninggalkan barang konsumsi yang bersifat instan tersebut (karena mengandung bahan pengawet yang berbahaya untuk kesehatan), sehingga permintaan terhadap barang konsumsi tersebut akan berkurang (Nuraini, 2016)

Harga dalam Perspektif Islam

Ajaran islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar agar menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Oleh karena itu, islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna. Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya. Kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil. (Karim, 2016)

Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Hal tersebut yang impersonal. Ibnu Taimiyah juga membedakan dua faktor penyebab pergeseran kurva permintaan dan penawaran yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjualan, misalnya penimbunan. (Karim, 2016) Islam mengatur agar persaingan dipasar dilakukan dengan adil. Bentuk ketidakadilan yang dilarang, yaitu seperti berikut:

1. Talaqqi rukban dilarang karena pedagang yang menyongsong dipinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dikampung akan harga yang berlaku dikota. Mencegah masuknya pedagang desa kekota ini (entry barrier) akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif.
2. Mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama dengan jumlah yang sedikit.
3. Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.
4. Menukar kurma kering dengan basah dilarang karena takaran kurma basah ketika kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.
5. Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua takar kurma kualitas sedang dilarang karena setiap kualitas kurma mempunyai harga pasarnya. Rasulullah menyuruh menjual kurma yang satu, kemudian membeli kurma yang lain dengan uang.
6. Transaksi najasy dilarang karena si penjual menuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.

7. Ihtikar dilarang yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
8. Ghaban faa-hisy (besar) dilarang yaitu menjual diatas harga pasar.

Labelisasi Halal

Islam mengatur umatnya untuk mengonsumsi yang halal dan baik, hal ini seperti yang telah dijelaskan dalam Surat An-Nahl ayat 114.

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.”

Diketahuinya suatu produk pangan itu halal atau tidak halal bagi kaum muslim umumnya dapat diketahui melalui pencantuman label halal pada kemasan produk. Kata halal dalam tulisan Arab pada label sebuah produk pangan biasanya ditemukan konsumen dalam kemasan sebagai bentuk pernyataan dari pihak produsen yang mengindikasikan bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi oleh umat Islam, atau terhindar dari unsur-unsur sebagaimana diharamkan oleh ajaran Islam (Bayu, 2013).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, tentang label halal dan iklan pangan yang dicantumkan pada kemasan produk. Label halal yang dicantumkan dalam suatu produk pangan dalam kemasan harus didasarkan atas sertifikat halal yang dimiliki oleh produk yang bersangkutan dimana sertifikat halal tersebut dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang yaitu Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

Menurut Peraturan Pemerintah Pasal 10 Nomor 69 Tahun 2010, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan, obat-obatan maupun kosmetik yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label.

Produk pangan olahan yang dapat diajukan untuk sertifikasi dan labelisasi halal yaitu:

1. Produk yang telah terdaftar di Badan POM (mempunyai MD untuk produk dalam negeri dan ML untuk produk luar negeri).
2. Produk yang telah mempunyai nomor PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, label halal tentang label halal dan iklan pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada dan atau merupakan bagian kemasan pangan.

Label halal diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan suatu kehalalan produk menurut syariat Islam. Sertifikat ini merupakan syarat apabila ingin mendapatkan pencantuman label halal dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi kehalalan sesuai dengan syariat Islam (Burhanuddin, 2011).

Menurut Burhanuddin (2011), sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Syarat kehalalan suatu produk diantaranya:

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan. Seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran, dan lain sebagainya.
3. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan cara yang diatur menurut syariat Islam.
5. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar. Secara ringkas, syarat-syarat produk halal menurut Islam adalah halal zatnya, halal cara memperolehnya, halal dalam

prosesnya, halal dalam penyimpanannya, halal dalam pengangkutannya dan halal dalam penyajiannya.

Menurut Burhanuddin (2011) aspek yang menjadi tinjauan dalam labelisasi halal, yaitu:

1. Proses Pembuatan

Proses pembuatan atau proses produksi perusahaan yang sudah menggunakan label halal hendaknya harus tetap menjaga hal-hal sebagai berikut:

- a. Binatang yang hendak dibersihkan, binatang yang sudah mati setelah disembelih.
- b. Bahan campuran yang digunakan dalam proses produksi tidak terbuat dari barang-barang atau bahan yang haram dan turunannya.
- c. Air yang digunakan untuk membersihkan bahan hendaklah air mutlak atau bersih dan mengalir.
- d. Dalam proses produksi tidak tercampur atau berdekatan dengan barang atau bahan yang najis atau haram.

2. Bahan Baku Utama

Bahan baku produk adalah bahan utama yang digunakan dalam kegiatan proses produksi, baik berupa bahan baku, bahan setengah jadi maupun bahan jadi. Sedangkan bahan tambahan produk adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi.

3. Bahan Pembantu

Bahan pembantu atau bahan penolong adalah bahan yang tidak termasuk dalam kategori bahan baku ataupun bahan tambahan yang berfungsi untuk membantu mempercepat atau memperlambat proses produksi termasuk proses rekayasa. Rekayasa genetika adalah suatu proses yang melibatkan pemindahan gen pembawa sifat dari suatu jenis hayati ke jenis hayati lain yang berbeda atau sama untuk mendapatkan jenis baru yang mampu menghasilkan produk pangan yang lebih unggul. Sedangkan Iradiasi pangan merupakan metode penyinaran terhadap pangan, baik dengan menggunakan zat radioaktif maupun akselerator untuk mencegah terjadinya pembusukan dan kerusakan serta membebaskan pangan dari jasad renik patogen.

4. Efek

Makanan halal tidak boleh terlepas dari tujuan syariat Islam, yaitu mengambil maslahat dan menolak madharat atau bahaya. Jika menurut kesehatan, suatu jenis makanan dapat membahayakan jiwa, maka makanan tersebut haram dikonsumsi. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan nasional. Tiga sasaran utama yang ingin dicapai adalah:

- a. Menguntungkan konsumen dengan memberikan perlindungan dan kepastian hukum.
- b. Menguntungkan produsen dengan peningkatan daya saing dan omset produksi dalam penjualan.
- c. Menguntungkan pemerintah dengan mendapatkan tambahan pemasukan terhadap kas Negara. Pengadaan Sertifikasi Halal pada produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk lainnya sebenarnya bertujuan untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk.

Masa berlaku sertifikat halal adalah dua tahun. Hal tersebut untuk menjaga konsistensi produksi produsen selama berlakunya sertifikat. Sedangkan untuk daging yang diekspor Surat Keterangan Halal diberikan untuk setiap pengapalan.

Konsumsi dalam Islam

Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim, di mana batas-batas fisik merefleksikan pola yang digunakan seorang muslim untuk melakukan aktifitas konsumsi, bukan dikarenakan pengaruh preferensi semata yang mempengaruhi pola konsumsi seorang muslim. Hal seperti ini dapat menghindari pola hidup yang berlebih-lebihan, sehingga stabilitas ekonomi dapat terjaga konsistensinya dalam jangka panjang. Sebab, pola konsumsi yang didasarkan atas kebutuhan akan terhindar dari konsumsi yang tidak perlu.

Sebenarnya kebakhilan itu adalah buruk bagi mereka. Harta yang mereka bakhilkan itu akan dikalungkan kelak di lehernya di hari kiamat. Dan kepunyaan Allah-lah segala warisan (yang ada) di langit dan di bumi. Dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Perilaku konsumsi seorang muslim diatur perannya sebagai makhluk sosial. Maka, dalam berperilaku dikondisikan untuk saling menghargai dan menghormati orang lain, yang perannya sama sebagai makhluk yang mempunyai kepentingan guna memenuhi kebutuhan. Perilaku

konsumsi dalam pandangan Islam akan melihat bagaimana suasana psikologi orang lain. Dengan keadaan ini maka Islam menjamin terbangunnya pembangunan masyarakat yang berkeadilan, terhindar dari kesenjangan sosial atau diskriminasi sosial.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitiannya yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Dalam penelitian ini tidak menggunakan penelitian jenis kualitatif, karena penelitian ini bermaksud meneliti tentang data yang berbentuk angka. (Kasiram, 2008)

Adapun metode statistik yang digunakan dalam menganalisis data yaitu, statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2009).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian dikarenakan, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang berlokasi kota Malang serta berdekatan dengan pusat perbelanjaan dan berasal dari berbagai daerah serta memiliki latar kebudayaan yang berbeda-beda. Waktu penelitian dimulai pada bulan Mei 2018, sampai dengan terpenuhinya jumlah sampel yang dibutuhkan.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya angkatan 2014 hingga 2017. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan mencapai 10% sehingga didapatkan sampel sebanyak 97 responden.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan metode analisis statistik deskriptif untuk menjelaskan hasil data dari responden. Analisis deskriptif berhubungan dengan pengumpulan dan peringkasan data serta penyajiannya yang biasanya dalam bentuk tabulasi baik secara grafik dan atau numerik (Ghozali, 2005).

Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas: yaitu suatu alat yang menunjukkan seberapa jauh suatu instrumen memiliki ketepatan dan kecermatan dalam melakukan fungsi ukurnya. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud (Arikunto, 2006).
2. Uji reliabilitas: yaitu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik *alphacronbach* dengan menggunakan bantuan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution)*. Jika koefisien reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan angka lebih besar 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang bersangkutan dinyatakan reliabel (Mustafa, 2009).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi. Regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan peneliti bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2013). Pemilihan alat analisis ini diambil untuk menjawab hipotesis sebelumnya. Regresi Linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu independen variabel terhadap dependen variabel (Wijaya, 2013).

1. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.
2. Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas variabel selera yang terdapat pada tabel 1 korelasi pada 4 item pernyataan mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel selera dapat dikatakan memenuhi kriteria valid atau dapat digunakan untuk mengukur variabel. Nilai r tabel di dapat dari $df=N-2$ dengan pengujian 2 arah pada tingkat signifikansi 0.05 yaitu sebesar 0.199.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Selera

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
X ₃ Pertanyaan 1	0,743	0.199	Valid
X ₃ Pertanyaan 2	0,589	0.199	Valid
X ₃ Pertanyaan 3	0,674	0.199	Valid
X ₃ Pertanyaan 4	0,586	0.199	Valid

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 16 (2018)

Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini reliabilitas diukur menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan menggunakan program *SPSS 16.0*. Menurut kaidah reabilitas *Guilford* instrumen dapat dikatakan realibel jika memiliki koefisien reabilitas sebesar 0,7 atau lebih. Hasil analisis statistik uji reliabilitas dari variabel selera, nilai cronbach's alpha sebesar 0,735 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,7 sehingga disimpulkan bahwa data telah reliabel yang berarti bahwa kuesioner dapat digunakan dalam penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan analisis regresi dengan menggunakan program *SPSS 16.0* diperoleh hasil pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.930	1.654		-2.376	.020
	Ln X1 Pendapatan	.643	.099	.469	6.483	.000
	Ln X2 Harga	-.581	.090	-.527	-6.450	.000
	X3 Selera	.123	.034	.287	3.602	.001
	X4 Label Halal	.450	.196	.160	2.290	.024

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 16 (2018)

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$\text{LnY} = -3,930 + 0,643\text{Ln}x_1 - 0,581\text{Ln}x_2 + 0,123x_3 + 0,450x_4 + e \quad (2)$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

a. Variabel Pendapatan

Nilai koefisien pendapatan (X1) sebesar 0,643 menunjukkan bahwa variabel pendapatan (X1) berpengaruh terhadap permintaan. Dengan nilai koefisien 0,643 menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan permintaan memiliki sifat pengaruh searah. Jika pendapatan bertambah 1%, maka permintaan akan meningkat 0,642% dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

b. Variabel Harga

Nilai koefisien harga (X2) sebesar -0,581 menunjukkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh terhadap permintaan. Dengan nilai koefisien -0,581 menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan permintaan memiliki sifat pengaruh berlawanan arah. Jika harga bertambah 1%, maka permintaan akan menurun 0,581% dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

c. Variabel Selera

Nilai koefisien selera (X3) sebesar 0,123 menunjukkan bahwa variabel selera (X3) berpengaruh terhadap permintaan. Dengan nilai koefisien 0,123 menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan permintaan memiliki sifat pengaruh searah. Jika selera bertambah 1%, maka permintaan akan meningkat 0,123% dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

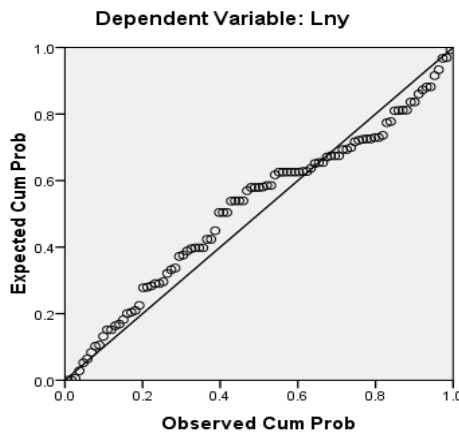
d. Variabel Label Halal

Nilai koefisien label halal (X4) sebesar 0,450 menunjukkan bahwa variabel label halal (X4) berpengaruh terhadap permintaan. Dengan nilai koefisien 0,450 menunjukkan bahwa variabel label halal dan permintaan memiliki sifat pengaruh searah dengan signifikansi 0,24.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Untuk dapat menguji normalitas model regresi, penelitian ini menggunakan metode *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* seperti pada gambar berikut.

Gambar 1. *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*



Sumber: SPSS 16 diolah (2018)

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat diketahui dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai *Tolerance* < 0.1 atau *Variance Inflation Factor (VIF)* > 10, maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai *Tolerance* > 0.1 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas yang didapatkan dari output SPSS pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
X1 Pendapatan	,879	1,137
X2 Harga	,681	1,468
X3 Selera	,753	1,328
X4 Label Halal	,971	1,030

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 16 (2018)

Berdasarkan tabel 3 di atas, nilai *tolerance* semua variabel lebih dari 0.1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Hipotesis

Uji F Simultan

Pengujian secara simultan menggunakan uji F atau pengujian model dimaksudkan untuk menguji signifikan atau tidak hasil dari analisis regresi (model diduga tepat / sesuai atau tidak). Apakah variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat.

Tabel 4. Uji F Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.069	4	5.267	29.472	.000 ^a
	Residual	16.443	92	.179		
	Total	37.512	96			

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 16 (2018)

Dari tabel diatas didapat nilai signifikan F hitung 29,472 lebih besar dari F tabel 2.47 dan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari *alpha* 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan, harga, selera dan label halal mempunyai pengaruh terhadap variabel permintaan.

Uji t Parsial

Nilai t hitung berdasarkan tabel 4 untuk variabel pendapatan sebesar 6,483 lebih besar dari t tabel sebesar 1.986, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu 0,000 Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh terhadap variabel pembelian secara parsial. Nilai t hitung untuk variabel harga sebesar 6,450 lebih besar dari t tabel sebesar 1.986, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel pembelian secara parsial. Nilai t hitung untuk variabel selera sebesar 3,602 lebih besar dari t tabel sebesar 1.986, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu 0,037 Maka dapat disimpulkan bahwa variabel selera berpengaruh terhadap variabel pembelian secara parsial. Nilai t hitung untuk variabel pemahaman label halal sebesar 2,290 lebih besar dari t tabel sebesar 1,986, dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu 0,028 Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman label halal berpengaruh terhadap variabel pembelian secara parsial.

Koefisiensi Determinasi

Untuk mengetahui kontribusi variabel bebas pendapatan, harga, selera, dan label halal terhadap variabel terikat pembelian digunakan nilai R^2 yang terdapat pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Koefisien Korelasi dan Determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.753 ^a	.566	.547	1.65338

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 16 (2018)

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 5 diperoleh hasil Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,547 yang berarti bahwa 54,7% variabel Pembelian akan dipengaruhi pendapatan, harga, selera, dan label halal. Sedangkan sisanya 45,3% variabel pembelian akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu pendapatan, harga, selera, dan label halal terhadap variabel pembelian, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,753, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu pendapatan, harga, selera, dan label halal dengan pembelian adalah sebesar 0,753 yang menunjukkan adanya hubungan atau pengaruh yang cukup kuat.

Pembahasan

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 2 maka interpretasi dari model regresi menunjukkan pengaruh oleh masing-masing variabel independen yakni pengaruh variabel pendapatan, variabel harga, variabel selera, dan variabel label halal terhadap pembelian produk makanan kemasan impor yang dijelaskan sebagai berikut :

Hubungan Variabel Pendapatan terhadap Permintaan Makanan Impor Kemasan

Pada penelitian ini variabel pendapatan berpengaruh terhadap variabel pembelian dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil estimasi ini selaras dengan hipotesis penelitian. Koefisien regresi untuk variabel pendapatan adalah positif, artinya semakin besar pendapatan mahasiswa, maka permintaan produk makanan kemasan impor berlabel halal akan mengalami peningkatan. Koefisien regresi sebesar 0,643 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Bermakna jika pendapatan mahasiswa bertambah 1%, dengan syarat variabel bebas lain tetap, maka rata-rata permintaan akan meningkat sebesar 0,643%.

Tingkat pendapatan masyarakat yaitu ($income=I$) dapat digunakan untuk konsumsi ($consumption=C$) dan tabungan ($saving=S$). Hubungan ketiganya dapat terbentuk sebuah persamaan $I=C+S$, dimana besar kecilnya pendapatan yang diterima seseorang akan mempengaruhi pola konsumsi. Semakin besar tingkat pendapatan seseorang maka akan meningkatkan konsumsi yang lebih tinggi, dan apabila tingkat pendapatan rendah maka tingkat konsumsi akan cenderung rendah pula.

Berdasarkan teori tersebut dan hasil penelitian maka dapat dijelaskan bahwa pendapatan memiliki dampak positif terhadap permintaan produk makanan kemasan impor berlabel halal. Hal telah sesuai dengan teori yang ada.

Hubungan Variabel Harga terhadap Permintaan Makanan Impor Kemasan

Pada penelitian ini variabel harga berpengaruh terhadap variabel pembelian dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil estimasi ini selaras dengan hipotesis penelitian. Koefisien regresi untuk variabel harga adalah negatif, artinya semakin mahal harga produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI, maka permintaan produk akan mengalami penurunan. Koefisien regresi sebesar -0,581, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Bermakna jika harga produk bertambah 1%, dengan syarat variabel bebas lain tetap, maka rata-rata permintaan akan menurun sebesar 0,581%.

Pada teori permintaan dijelaskan bahwa kurva permintaan mempunyai kemiringan (*Slope*) negatif. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan bila harga suatu barang turun maka jumlah yang diminta akan bertambah dan apabila harga barang naik maka jumlah yang diminta akan berkurang dengan asumsi hal-hal lain tetap atau *Ceteris Paribus* (Khusaini, 2013).

Berdasarkan teori tersebut dapat diuraikan bahwa harga menjadi salah satu indikator permintaan atas suatu produk oleh konsumen. Konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk akan mencari produk yang sesuai dengan kebutuhannya, sehingga konsumen akan mempertimbangkan mana produk yang dinilai memiliki harga paling murah. Konsumen akan

melihat harga sebagai faktor penentu dalam pembelian suatu produk terhadap keputusan dalam pembelian.

Hubungan Variabel Selera terhadap Permintaan Makanan Impor Kemasan

Pada penelitian ini variabel selera berpengaruh terhadap variabel pembelian dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Hasil estimasi ini selaras dengan hipotesis penelitian. Koefisien regresi untuk variabel selera adalah positif, artinya semakin besar kesesuaian produk terhadap selera, maka permintaan produk makanan kemasan impor berlabel halal akan mengalami peningkatan maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Berdasarkan hal tersebut dapat dijelaskan bahwa selera memiliki dampak positif terhadap permintaan produk makanan kemasan impor berlabel halal. Hal ini sesuai dengan teori permintaan dimana selera merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan. Kesesuaian rasa, kemasan dan kualitas dari produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI terhadap harapan atau keinginan konsumen mahasiswa menjadi faktor penentu permintaan produk tersebut.

Pada variabel selera, pengaruh yang terjadi tidak terlalu besar dikarenakan masih terdapat variabel lain yang memiliki pengaruh lebih besar dari pembelian konsumen terutama variabel harga dan pendapatan. Selera konsumen mempengaruhi keputusan pembeli pada saat sebelum menentukan barang yang akan dibeli sehingga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen. Selera konsumen tinggi berarti ketertarikan dalam membeli barang tersebut juga akan semakin besar sehingga pembelian terpengaruhi oleh variabel selera.

Hubungan Variabel Pemahaman Label halal terhadap Permintaan Makanan Impor Kemasan

Pada penelitian ini variabel label halal memiliki nilai signifikan sebesar 0,024 yang berarti ada pengaruh label halal terhadap permintaan produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI. Hasil estimasi ini selaras dengan hipotesis penelitian. Koefisien regresi untuk variabel label halal adalah positif, artinya responden peduli terhadap label halal dalam membeli produk makanan kemasan impor. Koefisien regresi sebesar 0,450 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Berdasarkan hal tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal, responden peduli terhadap label halal yang terdapat pada kemasan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurni dan Sudrajat (2013), dimana label halal mempengaruhi keputusan masyarakat dalam mengonsumsi makanan kemasan impor.

E. KESIMPULAN

Hasil analisis penelitian dan pembahasan mengenai analisis permintaan konsumen terhadap pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI studi pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan, selera dan pemahaman label halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI. Sedangkan, variabel harga berpengaruh negatif signifikan terhadap pembelian produk makanan kemasan impor berlabel halal MUI.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada Dosen Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya, dosen pembimbing dan teman-teman yang telah membantu dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprizawarman, Eko. 2014. Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Label Halal Pada Produk Pangan di Kota Padang (Studi Kasus: Kecamatan Padang Utara dan Padang Selatan). Padang: Universitas Andalas Padang.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Laporan Komposisi Agama di Indonesia*. <http://www.bps.go.id> Diakses pada Tanggal 11 Januari 2018
- Badan Pusat Statistik (2010). *Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Provisi Tahun 2010*. <http://www.bps.go.id> Diakses pada Tanggal 11 Januari 2018

- Badan Pengawas Obat dan Makanan. *Cek Produk BPOM*. <http://cekbpom.pom.go.id>. Diakses pada Tanggal 11 Januari 2018
- Bayu, Dimas. 2013. *Peran LPPOM MUI Terkait Peredaran Berbagai Jenis Label Halal Pada Produk Makanan yang Beredar di Pasaran*. Semarang: Unnes.
- Boediono. 2010. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Burhanuddin. 2011. *Pemikiran Hukum: Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang: Uin Maliki Press.
- Edwin, Mustafa, dkk. 2010. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Fitriah, M dan AA Kusumadinata. 2017. Informasi Label Kemasan “Mochibo”. *Jurnal Sosial Humaniora*. Vol.8 No.2.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Imamudin, Yuliadi. 2001. *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam.
- Karim, Adiwarmanto. 2016. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Khusaini, Mohammad. 2012. *Ekonomi Mikro Dasar-Dasar Teori*. Malang: UB Press.
- Kurnia, Dewi., Sudrajat. 2013 Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran USU. *Jurnal USU Vol 1 No 4*.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2012. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Mustafa EQ, Zainal. 2009. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nuraini, Ida. 2016. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Malang: UMM Press.
- Pangkalan Data Pendidikan Tinggi Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi. (2018). *Data Profil Perguruan Tinggi Universitas Brawijaya*. <http://www.forlap.ristekdikti.go.id/perguruantinggi> Diakses pada 26 Februari 2018.
- Soegiono, Fellycia. 2012. Impor vs lokal: studi kasus tentang keputusan membeli makanan kemasan. *Jurnal Ilmiah UBAYA Vol 1 No 1*.
- Sudarsono, Heri. 2002. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. 2015. *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.