

Pengaruh Label Halal dalam Produk Fitofarmaka terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Apotek Cangkiran)

Amindra Irawan¹, Rina Wijayanti^{2*}, Ery Ardiyanti Ningtyas³

^{1,2}Program Studi Pendidikan Profesi Apoteker, Universitas Islam Sultan Agung Semarang

³Apotek Cangkiran

Correspondence Author: Rina Wijayanti wijayanti@unissula.ac.id

DOI: 10.37012/jik.v17i1.2676

Abstract

Populasi penduduk Indonesia sebagian besar adalah umat beragama Islam. Maka dari itu diketahui bahwa seluruh produk terutama obat-obatan di Indonesia harus memiliki sertifikasi halal dari MUI. Fitofarmaka merupakan salah satu obat tradisional yang telah disarankan oleh dokter, Fitofarmaka juga telah melalui uji praklinik dan uji klinik. Saat ini obat jenis Fitofarmaka telah banyak diminati oleh para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat beli konsumen terkait ada atau tidaknya label halal pada obat jenis Fitofarmaka. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei eksplanatori. Metode ini bersifat kuantitatif dan digunakan untuk menguji perilaku individu atau kelompok dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diketahui korelasi antar kedua variabel label halal dan minat beli yaitu memiliki korelasi lemah, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada label halal dalam mempengaruhi minat beli konsumen pada produk obat Fitofarmaka. Hal ini diketahui dari diperolehnya nilai koefisien determinasi sebesar 0,394 (korelasi lemah). Maka kesimpulan dalam ini adalah diketahui bahwa ada atau tidak adanya label halal dalam produk obat Fitofarmaka tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Apotek Cangkiran.

Kata kunci : Fitofarmaka, Konsumen, Label Halal, Minat Beli, Obat

Abstract

The population of Indonesia is mostly Muslim. Therefore, it is known that all products, especially medicines in Indonesia, must have halal certification from MUI. Fitofarmaka is one of the traditional medicines that has been recommended by doctors, Fitofarmaka has also gone through preclinical trials and clinical trials. Currently, Phytopharmacist drugs have been in great demand by consumers. This study aims to find out consumer buying interest related to the presence or absence of halal labels on Phytopharmaceutical drugs. The research method used is the explanatory survey method. This method is quantitative and is used to test the behavior of individuals or groups by taking samples from the population and using questionnaires as a data collection tool. The results of the study show that it is known that the correlation between the two variables of halal label and buying interest is weak, meaning that there is no significant influence on halal labels in influencing consumer buying interest in Phytopharmaceutical products. This is known from the acquisition of a determination coefficient value of 0.394 (weak correlation). Therefore, the conclusion of this is that it is known that the presence or absence of halal labels in Phytopharmaceutical drug products does not significantly affect consumer buying interest at Cangkiran Pharmacy.

Keywords: Phytopharmaceuticals, Consumers, Halal Labels, Buying Interest, Medicines

PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistika (2022) total populasi penduduk Indonesia pada pertengahan tahun 2022 mencapai 275,77 juta jiwa. Serta berdasarkan data dari dataindonesia.id yang mengutip dari laporan The Royal Islamic Strategic Studies Center (RISSC) populasi umat muslim di Indonesia mencapai 86,7% atau sebanyak 237,56 juta jiwa dari total populasi penduduk di Indonesia. Jumlah tersebut menghantarkan Indonesia menjadi negara dengan jumlah populasi umat Islam terbanyak di dunia mengalahkan populasi umat muslim yang ada di Pakistan yang mencapai 213,27 juta jiwa dan India dengan jumlah populasi umat muslim sebanyak 206,11 juta jiwa (Rizaty, 2023). Halal dalam Islam merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan. Halal merupakan suatu keharusan yang wajib dilaksanakan oleh umat muslim dalam memenuhi kebutuhan. Kebutuhan merupakan segala hal yang dibutuhkan agar manusia dapat bertahan hidup, misalnya dengan melakukan kegiatan konsumsi. Islam mewajibkan manusia untuk mengkonsumsi produk-produk seperti makanan, minuman, obat-obatan, dan lain sebagainya yang sesuai dengan syariat Islam dan sudah jelas status kehalalannya. Hal tersebut sudah jelas diperintahkan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168 dan 172.

Q.S AL-Baqarah Ayat 168: "Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata."

Q.S Al-Baqarah Ayat 172: "Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.."

Pertimbangan orang ketika memilih produk ada berbagai macam. Diantaranya adalah kualitas, nilai barang, harga, testimoni, dan tak lupa minat beli barang itu sendiri. Menurut Ashari dalam Caniago & Rustanto (2022), minat beli adalah kecenderungan individu atau konsumen untuk membeli produk dengan nama merek tertentu atau melakukan tindakan terkait pembelian, yang dapat diukur dengan mengukur kemungkinan individu atau konsumen membeli produk atau jasa. Adapun indikator minat beli menurut Ferdinand (2016), yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Berdasarkan sensus penduduk yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistika, (2022), tidak kurang dari 87,2% atau sekitar 207,2 juta dari

total penduduk Indonesia memeluk Agama Islam. Besarnya jumlah angka tersebut menjadi kesempatan bagi produk halal untuk berkembang, juga produsen produk halal untuk melebarkan jangkauan produksinya di Indonesia. Meningkatnya jumlah penduduk kelas menengah di Indonesia juga dapat menjadi peluang lain bagi perusahaan consumer goods.

Pada tahun 2014, rata-rata pendapatan per rumah tangga dalam setiap tahunnya di Indonesia mencapai Rp. 98,230,183. Kehalalan menjadi salah satu prioritas utama dalam memilih suatu produk. Akan tetapi sebagian konsumen umum ada yang hanya melihat dari sisi kualitas produk dan bahan yang digunakan dari sebuah obat, dimana konsumen ada yang tidak mengetahui dan juga yang mengetahui ada atau tidaknya label halal tetapi mereka tetap memutuskan untuk membeli produk tersebut. Label halal menjadi pertimbangan utama dalam mempengaruhi minat pembelian konsumen muslim, tidak hanya label saja yang mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk tetapi faktor harga juga bisa mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk (Sihotang, 2020). Melihat perkembangan industri farmasi di Indonesia saat ini terdapat beberapa perusahaan farmasi di Indonesia di antaranya ada Biofarma, Indofarma, Phapros dan Kimia Farma yang merupakan perusahaan farmasi milik BUMN, Selanjutnya ada beberapa perusahaan farmasi lokal seperti Dexa Medica, Kalbe dan Konimex. Kemudian untuk perusahaan farmasi asing yang ada di Indonesia antara lain Bayer, Merck dan Pfizer (Mubarok, 2023).

Swamedikasi atau pengobatan sendiri merupakan suatu bentuk pengobatan diri menggunakan obat-obatan untuk mengobati gejala penyakit ringan yang tidak diresepkan oleh dokter (Medisa et al, 2020). Salah satu jenis obat yang biasa dipakai untuk swamedikasi adalah obat Fitofarmaka. Fitofarmaka sendiri menurut BPOM adalah salah satu produk obat tradisional yang telah melalui uji praklinik serta uji klinik yang mengandung bahan-bahan alam seperti mineral, hewan maupun tumbuhan, yang bahan baku dan produknya telah distandarisasi (Peraturan BPOM No. 29 Tahun 2023, 2023). Fitofarmaka di Indonesia di tahun 2019 telah memiliki 23 produk yang berasal dari bahan-bahan alam yang meliputi tumbuhan maupun hewan (Peraturan BPOM No. 29 Tahun 2023, 2023). Jaminan atas produk halal saat ini menjadi kebutuhan bagi umat muslim, termasuk obat-obatan dan produk farmasi lainnya. Memastikan produk yang dikonsumsi telah berlabel halal merupakan keharusan bagi setiap umat muslim. Pada tahun 2024 pemerintah mengeluarkan peraturan pemerintah yaitu Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Dimana di Pasal 2 disebutkan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

Khusus dalam bidang kesehatan Islam mengenal istilah diskresi dimana individu dapat mengkonsumsi atau menggunakan obat-obatan yang mengandung bahan haram ketika berada dalam kondisi darurat yang dapat mengancam nyawa. Meningkatnya kesadaran akan produk halal membuat minat terhadap obat dengan kandungan yang *thayyib* maupun obat dengan halal positioning secara tidak langsung merefleksikan besarnya pengaruh agama dalam pengambilan keputusan konsumen. Label Halal adalah unsur yang saat ini menjadi pedoman umat muslim dalam membeli produk. Label Halal penting karena berguna untuk memberikan keyakinan pada konsumen dalam proses pengambilan keputusan (Sukesti & Marpaung, 2017). Label ini hanya bisa diperoleh jika sebuah produk sudah lulus uji Halal dan mendapatkan sertifikat oleh MUI. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Label Halal dalam Produk Fitofarmaka terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Apotek Cangkiran)”.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanatori. Metode ini bersifat kuantitatif dan digunakan untuk menguji perilaku individu atau kelompok dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2017) adalah data dalam bentuk digital, atau data kuantitatif yang telah dievaluasi (diberi skor). Oleh karena itu, data kuantitatif adalah data yang cenderung dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data dapat berupa angka atau skor, biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data, dan jawabannya adalah kisaran skor atau soal berbobot.

Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata konsumen Apotek Cangkiran yang memenuhi kriteria yang berjumlah 3000 orang per bulan. Teknik pengambilan sampel non-probabilitas adalah teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memilih responden sesuai dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan peneliti dalam mengambil sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Beragama Islam
- 2) Berusia 17-60 Tahun
- 3) Pernah Membeli Obat Jenis Fitofarmaka di Apotek Cangkiran
- 4) Berdomisili di Mijen

5) Bersedia Menjadi Responden

Instrumen penelitian diukur dengan menggunakan kuesioner (*google form*). Isi kuesioner yaitu berisi pertanyaan pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen pada obat jenis Fitofarmaka. Penelitian ini diukur menggunakan skala likert, skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan pandangan seseorang atau bahkan sebuah kelompok tentang fenomena sosial yang terjadi (Sugiyono, 2017).

HASIL & PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah data mengikuti distribusi normal, data harus diuji normalitasnya untuk memastikan kelayakan analisis parametrik (Handayani, 2021). Data yang berdistribusi normal merupakan data yang pola distribusinya berbentuk lonceng dan simetris, artinya pola data tersebut tidak miring ke kiri maupun ke kanan. Jika data tidak berdistribusi normal, mungkin perlu melakukan transformasi data atau menggunakan metode analisis yang tidak bergantung pada asumsi normalitas. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tes normalitas Kolmogorov-Smirnov untuk menguji apakah variabel-variabel yang ada telah berdistribusi normal atau tidak. Berdasarkan studi literatur, uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk menunjukkan bahwa data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05. Hasil uji normalitas menggunakan spss dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Tes Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Label Halal	.117	97	.002	.967	97	.015
Minat Beli	.130	97	.000	.958	97	.004

a. Lilliefors Significance Correction

Berikut merupakan hasil uji Normalitas Kolmogorov yang diperoleh penulis dari hasil uji menggunakan spss.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		Unstandardized Residual
		97
Normal Parameters^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.69502035
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.060
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menggunakan SPSS pada variabel Label Halal dan Minat Beli diperoleh nilai signifikan sebesar 0.200 untuk kedua variabel, dimana nilai 0.200 lebih besar daripada 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel telah berdistribusi normal, dan penggunaan uji parametrik pada kedua variabel dapat menghasilkan kesimpulan yang valid.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan hubungan linear antara variabel independen di dalam regresi berganda (Widarjono, 2010). Uji multikolinearitas ditujukan untuk melihat hubungan/korelasi antara masing-masing variabel. Untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dapat dilakukan dengan beberapa cara salah satunya dengan menggunakan Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Menurut (Ghozali, 2018) tolerance mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Asumsi dari Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Jika $VIF > 10$ dan nilai Tolerance < 0.10 maka terjadi multikolinearitas
2. Jika $VIF < 10$ dan nilai Tolerance > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

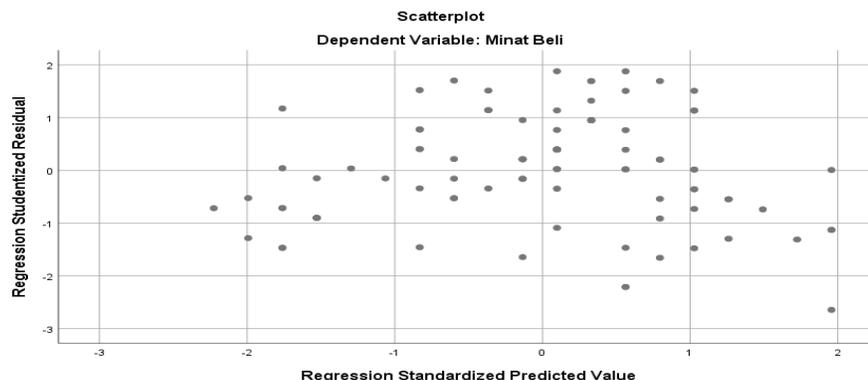
Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.804	1.540		7.017	.000		
	Label Halal	.505	.064	.628	7.867	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada kedua variabel, diperoleh hasil nilai Tolerance sebesar 1.000 dan nilai VIF sebesar 1.000. Dimana nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0.10. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada kedua variabel Label Halal dan Minat Beli tidak terjadi multikolinearitas, artinya tidak terdapat korelasi yang tinggi antar kedua variabel tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain maka perlu dilakukan uji heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah pengujian dengan menggunakan Scatterplot. Pada grafik Scatterplot apabila tidak terjadi heteroskedastisitas akan menunjukkan pola yang tidak beraturan, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sedangkan jika terjadi heteroskedastisitas grafik Scatterplot akan menunjukkan titik-titik yang berpola teratur seperti bergelombang atau menyempit. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini, penulis mengambil gambar berupa Scatterplot agar dapat dilihat pola yang jelas.



Gambar 1. Scatterplot

Berdasarkan hasil uji Scatterplot diatas, grafik menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk sebuah pola, sehingga dapat dikatakan data tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal antara variabel independen dan variabel dependen. Pengukuran hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dapat menggunakan analisis regresi linier sederhana. Berpengaruh dan tidaknya variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dapat diuji menggunakan analisis regresi linier sederhana (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk melihat pengaruh yang diberikan oleh adanya label halal pada produk obat Fitofarmaka terhadap minat beli konsumen di Apotek Cangkiran. Hasil uji regresi linear sederhana yang telah dilakukan penulis menggunakan spss dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	10.804	1.540		7.017	.000
	Label Halal	.505	.064	.628	7.867	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

$$Y = a + bx$$

$$Y = 10,804 + 0,505x$$

Interpretasi:

1. Nilai konstanta a menunjukkan nilai sebesar 10,804. Artinya jika tidak terjadi perubahan variabel independen (nilai x adalah 0) maka nilai variabel dependen (Y) sebesar 10,804.
2. Nilai koefisien regresi variabel x (Label Halal) adalah 0,505 bernilai positif, sehingga jika variabel label halal mengalami kenaikan 1 nilai, maka keputusan minat beli akan meningkat sebesar 0,505.

Uji Koefisien Determinasi

Seberapa besar persentase pengaruh variabel X terhadap variabel Y dapat diketahui dengan menggunakan koefisien determinasi. Dimana, diperoleh melalui pengkuadratan koefisien korelasi (Sarwono, 2005). Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi menggunakan spss yang telah dilakukan oleh penulis.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 ^a	.394	.388	2.709

a. Predictors: (Constant), Label Halal

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 5, diketahui bahwa nilai R Square yang diperoleh adalah sebesar 0,394. Maka dapat dikatakan bahwa korelasi antar kedua variabel lemah.

Pembahasan

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan variabel label halal sebagai variabel dependen dan variabel minat beli sebagai variabel independent. Dalam pengambilan data, penulis menggunakan *google form* sebagai wadah kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini memiliki delapan pertanyaan pada masing-masing variabel.

Penulis telah melakukan uji normalitas pada variabel-variabel tersebut menggunakan SPSS dan memperoleh hasil nilai signifikan sebesar 0.200 untuk kedua variabel. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut berdistribusi normal dan dapat menghasilkan kesimpulan yang valid. Kemudian penulis juga telah melakukan uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji multikolinearitas pada kedua variabel menghasilkan nilai tolerance sebesar 1.000 dan nilai VIF sebesar 1.000. Maka dapat diketahui bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada kedua variabel tersebut. Dengan kata lain tidak terdapat korelasi yang tinggi antar kedua variabel. Selanjutnya hasil heteroskedastisitas dilihat berdasarkan hasil Gambar 1 yang disebut Scatterplot, dimana pada grafik menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk sebuah pola sehingga dapat dikatakan data tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini juga telah dilakukan uji hipotesis berupa uji regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi. Uji regresi linear sederhana memperoleh hasil nilai konstanta α sebesar 10,804, dimana jika terjadi perubahan pada variabel independen label halal (nilai x adalah 0), maka nilai variabel independen minat beli sebesar 10,804. Kemudian dari hasil uji regresi linear sederhana diperoleh nilai koefisien regresi variabel x (label halal) sebesar 0,505 dan disimpulkan

bernilai positif, maka dapat dikatakan apabila label halal mengalami kenaikan 1 nilai maka keputusan minat beli akan meningkat sebesar 0,505. Pada uji koefisien determinasi diketahui besar persentase variabel X (Label Halal) terhadap Variabel Y (Minat Beli) adalah sebesar 0,394 (R-Square), maka dapat disimpulkan bahwa korelasi antar kedua variabel lemah.

Dari hasil uji-uji tersebut maka dapat diketahui bahwa Variabel Label Halal tidak mengalami pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli. Label Halal pada produk obat Fitofarmaka tidak terlalu mempengaruhi keputusan Minat Beli konsumen. Hasil ini diketahui berdasarkan beberapa hasil uji yang telah dilakukan. Dalam penelitian ini diketahui bahwa beberapa konsumen memang masih memperhatikan label halal pada produk, namun sebagai konsumen tidak terlalu mempermasalahkan ada atau tidaknya label halal tersebut pada produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fitriani, 2023), dimana hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa korelasi antara label halal dan minat beli konsumen adalah lemah. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Usman et al., 2024), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pelabelan label halal terhadap minat beli, namun tidak terlalu signifikan. Hasil penelitian yang dilakukan penulis ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara label halal pada obat Fitofarmaka dan minat beli konsumen di Apotek Cangkiran, namun pengaruh tersebut tidak terlalu signifikan dan memiliki korelasi yang lemah.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dipaparkan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh label halal pada obat Fitofarmaka terhadap minat beli konsumen di Apotek Cangkiran memiliki pengaruh yang tidak begitu signifikan. Namun tidak bisa dipungkiri bahwa label halal tetap memiliki pengaruh pada sebagian konsumen saat membeli obat Fitofarmaka. Hal ini diketahui dari hasil nilai R-Square (korelasi) yaitu sebesar 0,394 dimana nilai tersebut bersifat lemah, namun tetap memiliki pengaruh terhadap keputusan minat beli konsumen.

Rekomendasi yang dapat disampaikan penulis adalah untuk penelitian kedepannya bisa dilakukan pada semua jenis obat, agar dapat diketahui pengaruh ada atau tidaknya label halal pada semua konsumen. Dalam penelitian ini, penulis hanya berfokus pada konsumen yang pernah membeli obat Fitofarmaka saja.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistika. (2022). *Statistik Kabupaten Semarang dalam Angka (Internet)*. www.semarangkab.bps.go.id
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 5(1). <https://doi.org/10.24127/responsive.v5i1.12345>. Vol. 5, No. 1.
- Ferdinand, A. (2016). *Metodologi Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriani, A. (2023). Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Obat Bebas dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung). *Educationist: Journal of Educational and Cultural Studies*, 2(2).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, A. D. (2021). Students' strategies in reducing speaking anxiety at SMK Negeri 1 Pekanbaru. In *Master's thesis*. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Mubarok, M. F. (2023). *Top 10 Perusahaan Farmasi Terbesar Indonesia Terbaru* [Online post]. <https://farmasiindustri.com/industri/top-10-perusahaan-farmasi-indonesia.html>
- Peraturan BPOM No. 29 Tahun 2023. (2023). *Persyaratan Keamanan dan Mutu Obat Bahan Alam* [Online post]. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/285065/peraturan-bpom-no-29-tahun-2023>
- Rizaty, M. A. (2023). *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022* [Online post]. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>
- Sarwono, P. (2005). *Buku Acuan Nasional Pelayanan Kesehatan Maternal dan Neonatal*. Yayasan Bina Pustaka.
- Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk PT.HNI HPAI). *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*, 1(2). <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4326>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukesti, M., & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Marpaung. *Jurnal At-Tawassuth*, 2(1). <http://dx.doi.org/10.30821/ajei.v2i1.777>
- Usman, W. F., Insani, R. N., & Prihantina, R. (2024). Analisa Pengaruh Pelabelan Halal pada Obat Generik terhadap Minat Beli Konsumen di Apotek Sari Medika Ambarawa. *Generics : Journal of Research in Pharmacy*, 4(1).