

Pengaruh Label Halal dan Digital Marketing Terhadap Minat Mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi

Khusnul istiqomah¹, Suhar AM², M. Ikbal³, Abdurrahman⁴

¹²³⁴Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
e-mail: Khusnulrahman@uinjambi.ac.id¹, suhar@uinjambi.ac.id², mhmdikbal2009@gmail.com³, khusnulrahman232@gmail.com⁴

Abstrak

Metode pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Outlet Mixue Ice Cream Kota Jambi yang waktu penelitian dilakukan pada 1 November 2023 s.d 1 Februari 2024. Sampel yang diambil pada penelitian ini merupakan populasi konsumen di Mixue Ice Cream Kota Jambi. Dari pembahasan diatas makan dapat disimpulkan sebagai berikut. Pertama, Pengaruh Label Halal terhadap minat mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi ditemukan hasil yang tidak signifikan, artinya label halal tidak mempengaruhi minat mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi. Kedua, Pengaruh Digital Marketing terhadap minat mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi ditemukan hasil yang signifikan. Artinya hasil penelitian menyebutkan bahwa promosi digital marketing melalui platform social media instagram berpengaruh signifikan terhadap minat mengkonsumis Mixue Ice Cream di Kota Jambi. Ketiga, Pada penelitian ini setelah di analisis, dapat di buktikan pengaruh antara Label Halal dan Promosi Digital Marketing terhadap Minat Mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi. Analisis SPSS 27 pada tabel di atas menghasilkan nilai f sebesar 51.712 dengan signifikansi 0,000 yang menjelaskan bahwa penerimaan Hipotesis nol (H₀) dan penolakan Hipotesis alternatif (H₁). Kedua faktor yaitu labelisasi halal (X₁), dan Digital Marketing (X₂), secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mengkonsumsi Mixue.

Kata kunci: *Pengaruh, Label Halal, Digital Marketing, Mixue, Ice Cream*

Abstract

The approach method used in this research is a quantitative approach. This research was conducted at the Mixue Ice Cream Outlet in Jambi City, which was conducted on November 1, 2023 to February 1, 2024. The sample taken in this study was the consumer population at Mixue Ice Cream Jambi City. From the discussion above, it can be concluded as follows. First, the influence of the Halal Label on the interest in consuming Mixue Ice Cream in Jambi City found insignificant results, meaning that the halal label does not affect the interest in consuming Mixue Ice Cream in Jambi City.

Second, the influence of Digital Marketing on the interest in consuming Mixue Ice Cream in Jambi City found significant results. This means that the results of the study state that digital marketing promotion through instgram social media patform has a significant effect on interest in consuming Mixue Ice Cream in Jambi City. Third, in this study after analysis, it can be proven that the influence between the Halal Label and Digital Marketing Promotion on Interest in Consuming Mixue Ice Cream in Jambi City. The SPSS 27 analysis in the table above produces an f value of 51,712 with a significance of 0.000 which explains the acceptance of the null hypothesis (H4) and the rejection of the alternative hypothesis (H0). Both factors, namely halal labeling (X1), and Digital Marketing (X2), jointly affect the interest in consuming Mixue.

Keywords: *Influence, Halal Label, Digital Marketing, Mixue, Ice Cream*

PENDAHULUAN

Berdasarkan data BPS dalam sensus penduduk Indonesia tahun 2022 jumlah penduduk muslim Indonesia berjumlah 231,06 Juta jiwa atau 86,9% dari seluruh penduduk di Indonesia. Banyaknya jumlah penduduk muslim di Indonesia menjadi keuntungan tersendiri dari berbagai kalangan, salah satunya adalah para pelaku ekonomi di bidang produksi, konsumsi dan distribusi. Diantara bisnis yang terus berkembang di Indonesia adalah bisnis makanan dan minuman, sebagai pelaku usaha para pembisnis melakukan berbagai macam cara untuk mendapatkan minat konsumen, diantaranya minat mengkonsumsi dari kaum muslimin yang tentunya mencari produk halal.

Dapat dibuktikan dengan iklan-iklan Tv yang mengklaim produknya bersertifikat halal MUI bahkan menjadi fitur iklanya. Bukan hanya dari produk yang boleh dikonsumsi, namun dari produk yang tidak bisa dikonsumsi seperti deterjen, minyak angin aromaterapi, kosmetik, dan pakaian. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk halal saat ini semakin meningkat. Saat ini, tren gaya hidup halal teratas terus berlanjut di industri makanan.

Pangan merupakan kebutuhan manusia, selain sandang dan papan. Keduanya ibarat sebuah kekuatan yang membantu manusia tetap eksis setelah setiap aktivitas dilakukan. Dalam agama Islam, konsumsi pangan tidak hanya sekedar mengkonsumsi makanan yang dapat menunjang keberlangsungan hidup saja, namun terdapat juga peraturan syariah yang mengatur tentang makanan yang boleh dikonsumsi oleh umat islam.

Dalam tafsir Quraish Shihab dijelaskan, makanlah apa saja yang halal dan baik menurut selera kalian, dari makanan yang diberikan dan dimudahkan Allah untuk kalian. Takutlah dan taatlah selalu kepada Allah selama kalian beriman kepada- Nya). Ayat diatas menjelaskan perintah makan yang halal dan baik dari rezeki yang telah diberikan oleh Allah swt, perintah dalam Al-Qur'an hukumnya wajib untuk dilaksanakan, sehingga setiap orang yang beriman harus mengikuti perintah Allah swt dan itu menjadi tanda orang yang bertakwa.

Menurut Sarwat dalam fikih terdapat kategori aturan mengenai makan halal dan

haram. Aturannya adalah semua makanan di dunia ini pada dasarnya halal atau boleh dimakan. Tidak ada makanan yang haram, kecuali Allah menetapkannya haram. Kewajiban seorang muslim untuk menaati Allah dan Rasul-Nya, dalam konteks ini, khususnya mengonsumsi makanan halal tyyiban. Dari ayat yang merujuk pada perintah Allah SWT untuk memakan makanan tyyiban yang halal, maka dalam hal ini timbul hukum syariah mengenai konsumsi makanan tyyiban yang halal. Dalam ilmu fikih kita mengenal 5 hukum syariat, yaitu wajib, sunnah, makruh, haram, dan boleh. Mengonsumsi makanan halal itu wajib. Konsekuensi dari hukum syariat wajib ini adalah dosa bagi siapa pun yang tidak mematuinya. Selain berdosa, memakan makanan yang haram juga menjadi penyebab tidak terkabulnya doa, tidak diterimanya amal dan mengeraskan hati.

Ketika membahas tentang makanan dan minuman maka tidak bisa terlepas dari rumah makan atau tempat yang menjual makanan dan minuman. Bukan menjadi rahasia umum lagi tentang banyaknya jumlah outlet minuman yang ada di Indonesia, minuman kekinian merupakan kebutuhan sekunder yang menjadi pilihan bagi setiap manusia, sehingga potensi bisnis minuman kekinian sangat prospektif sepanjang zaman. Provinsi Jambi merupakan kota yang tidak besar, Namun sangat cocok untuk bisnis makanan dan minuman, karena tingkat konsumsi yang tinggi di Provinsi Jambi, hal ini disebabkan oleh minimnya lokasi pariwisata di Kota Jambi. Khususnya kota Jambi, bisnis kuliner menjadi semakin berkembang, ditandai dengan banyaknya rumah makan, cafe, outlet minuman viral dan restoran yang buka. Akan tetapi sangat sedikit juga yang mengurus sertifikat halalnya.

Sedikitnya jumlah makanan dan minuman bersertifikat halal MUI merupakan indikasi rendahnya tingkat kesadaran produsen atau pemilik restoran dalam menjamin kehalalan produknya. Hal ini patut menjadi kekhawatiran bagi umat Islam yang saat ini tinggal di Jambi atau berwisata kesana untuk menikmati kulinernya yang lezat. Memang memakan makanan *thayyiban* yang halal merupakan suatu kewajiban bagi umat Islam yang aturannya telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya. Selain itu, mayoritas penduduk beragama Islam di Indonesia berjumlah 87,2% dan total penduduk muslim di Kota Jambi, berdasarkan data yang diperoleh ± 543 119,00 jiwa pada tahun 2022 atau setara dengan 91,6 8% dari total penduduk. Sebanyak 299.983 jiwa atau 8,32% menganut agama selain Islam (BPS 2021). Meskipun jumlahnya sedikit, pemeluk agama selain Islam menjadi sasaran perdagangan pelaku ekonomi.

Menurut hasil penelitian di Malaysia, Mathewa, Raudah, dan Nurazizah melakukan penelitian tentang "Penerimaan Makanan Halal di Kalangan Konsumen Non-Mualim" dalam penelitiannya memiliki sikap atau penerimaan positif terhadap konsep halal makanan. Hal ini dikarenakan memilih makanan halal merupakan hal yang wajib bagi konsumen muslim dan merupakan syarat agama berdasarkan ajaran Islam. Pada saat yang sama, konsumen non-Muslim menghargai halal atas manfaat kesehatan yang ditawarkannya. Sebagaimana dicatat oleh LPPOM MUI, produk yang telah mendapatkan sertifikasi halal MUI telah melalui proses yang sangat ketat sehingga tidak perlu diragukan lagi kebersihan ke higienisannya.

Label halal MUI sangat penting dan perlu diperhatikan oleh konsumen sebelum

memilih makanan atau restoran yang akan dikunjungi untuk menikmati makanan dan minuman. Karena restoran atau toko minuman yang menjual makanan dan minuman yang telah mendapat label halal MUI, maka dapat dipastikan makanan tersebut halal atau tidak mengandung zat haram, baik pada bahan makanan maupun pada penyajian, alat masaknya. Selain terjamin kehalalannya, kebersihan atau higienitas makanan berlabel halal MUI juga terjamin.

Outlet minuman yang diambil dalam penelitian ini yaitu minuman viral Mixue Ice Cream yang dikenal Mixue. Dari pengamatan penulis, outlet minuman tersebut sangat ramai pembeli, terutama saat siang sampai dengan makan malam. Lokasinya juga sangat strategis berada didekat pemukiman, kawasan pendidikan dan jalan-jalan pusat Kota. Selain itu outlet tidak menuliskan label halal pada dibanner yang menjadi papan nama didepan outlet. Padahal jika adanya tanda halal diduga mempengaruhi konsumen untuk membeli minuman pada mixue tersebut, untuk membuktikan itu perlu diadakannya penelitian lebih lanjut.

Ada banyak outlet mixue di Kota Jambi, hasil survey sementara peneliti terdapat 7 (Tujuh) outlet tersebar diberbagai kecamatan dan kelurahan. Berikut datanya.

No	Cabang	Alamat	Pengunjung/hari
1	Mixue Mayang Kota Jambi	JL.Ir.H.Juanda, Simpang III Sipin, Kec, Kota Baru, Kota Jambi, Jambi.	100-150
2	Mixue Sipin Sungai Putri	Sungai Putri, Kec. Telanai Pura, Kota Jambi, Jambi.	150-180
3	Mixue Kota Baru Jambi	Jl. H. Agus Salim No.09,Handil Jaya, Kec. Jelutung, Kota Jambi.	100-150
4	Mixue Thehok Jambi	Jl. Adi Sucipto, Thehok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi.	80-100
5	Mixue Mall Jamtos Jambi	Mall Jamtos Simpang III Sipin, Kec. Kota Baru, Kota Jambi.	100-150
6	Mixue Mall WTC Jambi	Mall WTC Batanghari Ps. Jambi, Kec. Ps. Jambi, Kota Jambi.	100-120
7	Mixue Beringin Jambi	Jl. H. Adam Malik No.63, Thehok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi.	70-100

Selain label halal konsumen dalam memilih produk, dalam hal ini minuman juga memandang atau mempertimbangkan promosi. Produk yang berkualitas dengan

promosi yang baik merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai, dan harga.

Urgensi penelitian ini terletak pada kenyataan bahwa hukum islam mewajibkan setiap masyarakat untuk mengonsumsi makanan halal. Label halal menjamin legalitas produk yang terbuat dari bahan yang dilarang syariat, dan adanya label halal menjamin kebersihan dan kebersihan. Label halal MUI sangat penting dan perlu diperhatikan oleh konsumen sebelum memilih makanan atau restoran yang akan dikunjungi untuk menikmati makanan dan minuman. Oleh karena itu, diperlukan penelitian empiris untuk menganalisis Pengaruh Label Halal dan Digital marketing Terhadap Minat Mengonsumsi Mixue Ice Cream Di Kota Jambi.

METODE

Metode pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Outlet Mixue Ice Cream Kota Jambi yang waktu penelitian dilakukan pada 1 November 2023 s.d 1 Februari 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi Mixue Ice Cream Kota Jambi. Sampel yang diambil pada penelitian ini merupakan populasi konsumen di Mixue Ice Cream Kota Jambi. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini sebagai berikut dapat diklasifikasikan menjadi 2 bagian, yaitu data lapangan/studi lapangan (data primer), dan data kepustakaan (data sekunder). Sumber data penelitian ini dari : Karyawan Mixue Ice Cream Jambi, Konsumen Mixue Ice Cream Jambi, Artikel, buku, jurnal, dokumen dan sumber data yang berkaitan dengan penelitian. Metode penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling, sampling merupakan teknik pengambilan sampel lewat penggunaan kuesioner berbasis Google Form. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode observasi, wawancara, dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Mixue Ice Cream

Salah satu label yang tercantum pada produk adalah "label halal". Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal (Rangkuti, 2010: 8) dalam Hendri Hermawan Adinugraha, Wikan Isthika, Mila Sartika (2017:186). Label halal dapat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan produk. Perasaan aman dan nyaman pada saat mengonsumsi suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang.

Tujuan pemberian label produk halal adalah untuk melindungi konsumen khususnya konsumen muslim. Selain itu juga menghadirkan rasa aman dan nyaman saat menggunakan produk. Dengan adanya label halal, konsumen tidak perlu ragu dalam membeli produk makanan dan minuman

karena hal ini telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 1.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang bertujuan untuk melindungi konsumen dari produk yang berbahaya. Pemerintah telah menjamin perlindungan konsumen saat membeli dan mengonsumsi suatu produk.

Oleh karena itu, sebagai konsumen hendaknya berhati-hati dalam membeli dan mengonsumsi produk, khususnya konsumen muslim yang sangat memperhatikan kehalalan produk. Adanya label halal secara langsung dapat menjamin perlindungan konsumen dan memberikan rasa aman dalam mengonsumsi produk. Timbulnya rasa aman dan nyaman pada saat mengonsumsi produk berlabel halal dapat meningkatkan kepercayaan dan minat membeli produk tersebut.

Mixue Ice Cream mengaku telah mengurus label halal pada tahun 2023 dan Pada tanggal 15 Februari 2023, MUI (Majelis Ulama Indonesia) sudah sah mengumumkan tentang Ketetapan Halal Produk Mixue. Hal tersebut dilaksanakan setelah penelitian dan pengkajian mengenai laporan audit kehalalan yang disampaikan oleh pimpinan LPH LPPOM MUI (Lembaga Pemeriksa Halal Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika). Ketua MUI menjelaskan bahwa seluruh produk Mixue sesuai produk halal, bahan yang digunakan suci, dan prosesnya sudah terjamin. Ketetapan halal MUI (Majelis Ulama Indonesia) terhadap Mixue sudah berlaku pada seluruh gerai Mixue di Indonesia dan labelisasi halal telah dikeluarkan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) Kementerian Agama Republik Indonesia (Junaidi, 2023).

Pada tampilan kemasan yang beredar di lapangan, label halal tidak tercantum pada kemasan Mixue Ice Cream. Dengan tidak adanya label pada kemasan akan mempengaruhi minat mengonsumsi mixue ice cream, dengan itu peminat Mixue Ice Cream semakin berkurang tanpa label halal. Namun pada hasil penelitian didapatkan bahwa tidak signifikannya pengaruh label halal terhadap minat beli atau minat konsumsi Mixue Ice Cream.

Berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Naelul 2023 pengaruh label halal terhadap minat beli kembali Mixue Ice Cream di Purwokerto, mendapatkan hasil penelitian labelisasi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan Generasi Z Mixue Purwokerto.

Jika disimpulkan, tidak signifikannya pengaruh label halal yang ada pada kemasan Mixue Ice Cream terhadap minat mengonsumsi atau membelinya dikarenakan generasi muda kurangnya pengetahuan pentingnya label halal, pentingnya adanya label halal pada kemasan dan kurangnya sikap religiusitas konsumen Mixue Ice Cream. Dan informasi halalnya Mixue Ice Cream sudah bias di cari melalui pencarian google, sehingga akan memberikan keyakinan pada masyarakat tentang kehalalan produk tersebut tanpa dilabelkan pada kemasannya.

2. Pengaruh Digital Marketing (Promosi)

Promosi merupakan tahap terakhir dalam bauran pemasaran setelah produk, harga dan tempat. Promosi sendiri tidak hanya terjadi dari produsen ke konsumen saja, namun promosi juga dapat terjadi dari satu konsumen ke konsumen lainnya. Promosi dapat dipahami sebagai upaya mengkomunikasikan informasi yang menarik kepada konsumen yang berminat, baik secara tidak langsung maupun langsung. Tanpa promosi, konsumen tidak akan mengetahui tentang produk tersebut. Oleh karena itu, promosi merupakan cara paling efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Produk sudah jadi, harga sudah ditentukan, dan lokasi sudah dipesan, artinya produk sudah siap dijual. Agar suatu produk bisa dijual ke masyarakat, mereka harus sadar akan keberadaannya dibandingkan dengan produk pesaing. Cara penyampainya kepada masyarakat adalah melalui sarana periklanan, artinya keputusan akhir haruslah mempromosikan produk tersebut seluas-luasnya kepada masyarakat.

Saat ini promosi sudah semakin mudah, adanya platform digital menjadikan promosi bisa lebih luas dan efisien. Di era digital seperti sekarang, hal pertama yang dilakukan oleh seorang pelanggan ketika menginginkan barang tertentu adalah mencoba mencarinya secara daring. Oleh sebab itu, memiliki sebuah website menjadi kebutuhan primer bagi pemilik bisnis.

Visibilitas produk di dunia daring akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap brand. Untuk mencapai visibilitas ini sendiri, website membutuhkan SEO yang tepat agar konsumen mudah menemukan websitenya di tengah belantara internet. Website di zaman modern bertindak sebagai identitas daring, maka penting untuk membangun website yang mudah diakses dan memberikan informasi yang dibutuhkan para pelanggan dan calon konsumen potensial.

Selain itu adanya social media menjadikan kemudahan dalam promosi, social media saat ini menjadi trend generasi muda dalam bersosial. Pengguna media social yang sangat tinggi membuat mixue menjadikan digital marketingnya melalui salah satu social media yaitu Instagram. Pengaruhnya digital marketing yang dilakukan oleh Mixue Ice Cream di Kota Jambi mendapatkan lebih banyak peminat atau pembeli yang ingin mencoba dan menikmati produk tersebut.

Sejalan dengan itu hasil penelitian membuktikan adanya pengaruh yang signifikan dari adanya promosi digital marketing terhadap minat mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi.

3. Pengaruh Bersama Label Halal dan Promosi Digital Marketing terhadap Minat Mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi

Pada penelitian ini setelah di analisis, dapat di buktikan pengaruh antara Label Halal dan Promosi Digital Marketing terhadap Minat Mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi. Analisis SPSS 27 pada tabel di atas menghasilkan nilai f sebesar 51.712 dengan signifikansi 0,000 yang menjelaskan bahwa penerimaan Hipotesis nol (H_0) dan penolakan Hipotesis alternatif (H_1). Kedua

faktor yaitu labelisasi halal (X1), dan Digital Marketing (X2), secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mengkonsumsi Mixue. Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai R^2 , yang mengukur seberapa baik model sesuai dengan data yaitu 0,449. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor independen cukup menjelaskan variabel dependen (sebesar 44,9%). Sedangkan sisanya sebesar 55,1% dijelaskan oleh variabel lain.

Tiga faktor yaitu labelisasi halal (X1), dan Digital Marketing (X2), dan terbukti mempengaruhi Konsumsi Mixue Kota Jambi. Pelanggan Mixue kemungkinan tetap membeli produk Mixue apabila perusahaan Mixue mulai mengembangkan lebih banyak labelisasi halal dan promosi produk dengan digital marketing terhadap minat beli atau konsumsi Mixue di Kota Jambi.

SIMPULAN

Dari pembahasan diatas makan dapat disimpulkan sebagai berikut. Pertama, Pengaruh Label Halal terhadap minat mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi ditemukan hasil yang tidak signifikan, artinya label halal tidak mempengaruhi minat mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi. Kedua, Pengaruh Digital Marketing terhadap minat mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi ditemukan hasil yang signifikan. Artinya hasil penelitian menyebutkan bahwa promosi digital marketing melalui platform social media instagram berpengaruh signifikan terhadap minat mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi. Ketiga, Pada penelitian ini setelah di analisis, dapat di buktikan pengaruh antara Label Halal dan Promosi Digital Marketing terhadap Minat Mengkonsumsi Mixue Ice Cream di Kota Jambi. Analisis SPSS 27 pada tabel di atas menghasilkan nilai f sebesar 51.712 dengan signifikansi 0,000 yang menjelaskan bahwa penerimaan Hipotesis nol (H_4) dan penolakan Hipotesis alternatif (H_0). Kedua faktor yaitu labelisasi halal (X1), dan Digital Marketing (X2), secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mengkonsumsi Mixue.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, A.A. *Terjemahan dan Tajwid Warna Al-quran Hafalan Mudah Al- Hufaz*, 1 (Bandung: Cordoba, 2019).
- Abor, J., dan Quartey, P. *Issues in SME Development in Ghana and South Africa International Research Journal of Finance and Economics*. 2010. Vol. 3,
- Agus Wijanarko *pengaruh literasi keuangan syariah, islamic branding, dan religiusitas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan syariah*
- Agus Yulianto, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah", Skripsi Ull Yogyakarta (2018), hlm. 37
- Agus, Susanto. *Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati*. Universitas Negeri Semarang, 2013)
- Ahamd Syarif, *Ekonomi ilam: Suatu Pendekatan Kontmporer*, (Palembang: Bening Media, 2020)

- Al-Kholilah, N. & Iramani, (2013). *Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya*, *Journal of Business and Banking*, 3(1)
- Andrianto Ak . M. dan M. Anang Firmansyah. *Manajemen Bank Syariah*. (Penerbit : Qiara Media. 2019)
- Anggun Sulistya, Widha. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Kelompok Acuan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Handphone Android*. (Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2014).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2012).
- Bhabha, J. et al (2014). *Impact of financial Literacy on Saving-Investment Behavior of Working Women in the Developing Countries*. *Research Journal of Finance an Accounting.*, 13(5), 118- 122<https://doi.org/10.2139/ssrn>
- Bustari Muktar. *Bank dan lembaga Keuangan Lain*. (Prenada Media, 2016)
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. Alih Bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani. *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat.2008)
- Eka Mayastika, “Pengaruh Strategi Promosi Dan Strategi Harga Terhadap Market Share (Pangsa Pasar) Pada PT. Federal Internasional Finance Di Tebing Tinggi,” *Jurnal Ilmiah Bussiness Progress* 3, no. 1 (2015)
- Fahmi, Irham, “*Manajemen Pengambilan Keputusan Teori dan Aplikasi*”, (Jakarta: PT. Alfabeta, 2016)
- Harish Muhammad Ramadhani, Mira Rahmi, Muhammad Anwar Fathoni, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank”, *Business Management, Economic, And Accounting National Seminar* 2, 2021:692-693, <https://Conference.Upnvj.Ac.Id/Index.Php/Biema/Article/View/1755>
- Herdjiono, Irine, dan Damanik, Lady Angela. *Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behaviour*. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. 2016. V ol. 9 No. 3
- Ika Fitri Herdianti dan Satri Utama “*analisis literasi keuangan syariah mahasiswa dan pengaruh minat mahasiswa menjadi nasabah lembaga keuangan syariah*
- Juhaya S. Pradja, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Bandung : Pustaka Setia, 2017)
- Khotibul Umam. *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan pengembangannya di Indonesi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2016)
- Mahdalena, “ *Pengaruh Penerapan AIDA terhadap Keputusan Pembelian*”, (Skripsi UIN STS Jambi, 2018)
- Mia Nurhasanah, “*Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Masyarakat Sangkanayu Mrebet Kabupaten Purbalingga*” *Skripsi lain Purwokerto*,2021,16, <http://Repository.lainpurwokerto.Ac.Id/10171/1/Skripsi%20mia%20nur%20hasanah.Pdf>.
- Nahla zamharira *Pengaruh Literasi Kuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*

- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2005)
- Rahim, S. A., Rashid, R. A., & Hamed, A. B. (2016). *Islamic Financial Literacy and its Determinants among University Student: An Exploratory Factor Analysis*. International Journal of Economics and Financial Issues.
- Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, Bandung : Alfabeta, 2015, hlm. 79-82
- Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta, Prenandamedia Group, 2013
- Sugiyono, "*Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*", (Jakarta: PT. Alfabeta)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.(Bandung: Alfabeta) 2017.