
Jejak Artikel:

Unggah: 2 Maret 2024;

Revisi: 13 Maret 2024;

Diterima: 15 Maret 2024;

Tersedia Online: 10 April 2024

Pengaruh *Korean Wave*, Kesadaran Halal, dan Harga Terhadap Daya Beli *Korean Food* di Kota Jambi

Sri Rahma¹, Maulana Yusuf², Amanda Febri Astuti³

¹²Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi

amandafebri394@gmail.com

Globalisasi telah menghilangkan batasan-batasan antar negara sehingga antar negara dapat saling berhubungan dengan mudah dan saling mempengaruhi. Masuknya *Korean food* merupakan pengaruh dari globalisasi yang banyak digemari sehingga dapat mempengaruhi daya beli seseorang. Pada saat ini di Indonesia produk-produk *Korean food* yang beredar semakin banyak dan beragam, mulai dari produk instan yang di impor langsung dari Korea maupun produk local yang dibuat menyerupai produk *Korean food*. Di Kota Jambi, eksistensi produk *Korean food* dapat dilihat melalui bertambahnya jumlah tempat-tempat makan yang menjual produk-produk *Korean food*. Tujuannya ialah untuk mengetahui pengaruh *Korean wave*, kesadaran halal dan harga terhadap daya beli *Korean food* di Kota Jambi dengan menggunakan metode kuantitatif. Adapun sampel berjumlah 100 orang menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Dalam proses pengumpulan data dilakukan penyebaran kuesioner dengan beberapa pertanyaan yang kemudian dianalisis dengan menggunakan SPSS v23. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Setelah dilakukan analisis data, variabel-variabel dalam penelitian ini valid dan reliabel. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan *Korean Wave*, dan harga memiliki pengaruh terhadap daya beli, pada variabel *Korean wave* memiliki nilai signifikansi sebesar $(0,000 < 0,05)$ dan pada variabel harga dengan nilai signifikansi sebesar $(0,00 < 0,05)$ yang artinya memiliki pengaruh signifikan. Sedangkan pada hasil penelitian variabel kesadaran halal tidak berpengaruh terhadap daya beli dengan nilai signifikansi sebesar $(0,923 > 0,05)$.

Kata Kunci: Daya Beli, Harga, Kesadaran Halal, *Korean Food*, Kota Jambi, *Korean Wave*

Pendahuluan

Dunia yang modern seperti saat sekarang ini tentunya tidak terlepas dari berkembangnya teknologi baik dalam bidang transportasi, telekomunikasi, internet, teknologi-teknologi digital & komputer (Hermawanto & Anggraini, 2020). Gaya hidup konsumen pada dunia yang modern ini menyebabkan konsumen memiliki tingkat konsumsi barang ataupun jasa yang juga tinggi sehingga meningkatkan daya beli konsumen, konsumen cenderung menyukai hal-hal baru yang dapat merangsang konsumen untuk membeli sesuatu sesuai dengan keinginannya (Sahubawa et al., 2023). Kemunculan *Korean Wave* di Indonesia menjadi salah satu dampak dari globalisasi dan merupakan hal baru yang disukai oleh konsumen.

¹Coressponden: Amanda Febri Astuti. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Jl. Arif Rahman Hakim No.111, Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361 amandafebri394@gmail.com

Korean wave merupakan fenomena transnasional dan transkultural yang memiliki keunikan, yang menyebabkan Korea ditunjuk menjadi negara pertama di antara negara-negara non-Barat yang melakukan produksi secara signifikan (Jin, 2023). Fenomena *Korean Wave* sedang sangat populer diberbagai belahan dunia dalam waktu beberapa tahun terakhir ini. Fenomena ini membuat sebagian masyarakat terkhususnya kalangan remaja mengubah gaya hidupnya ke hal-hal yang berhubungan dengan *Korean Wave* (Husna & Aryani, 2023).

Kesadaran halal merupakan tingkat kesadaran seorang muslim dalam memilih produk yang diperbolehkan untuk di makan, minum atau digunakan sesuai syariat islam (Fathoni et al., 2022). Sebagai seorang muslim wajib hukumnya untuk memastikan kehalalan sesuatu yang akan dikonsumsinya (Wajdi & Susanti, 2021). Produk *Korean food* yang populer kebanyakan merupakan makanan-makanan yang aslinya di Korea terkenal tidak halal seperti, Jajangmyeon, Soju, Corndog, Gochujang, Teokbokki, dan Bulgogi. Dikatakan tidak halal karena menggunakan daging babi, serta Gochujang merupakan saus khas Korea yang dalam pembuatannya dengan menambahkan alkohol untuk fermentasi, yang mana Gochujang ini digunakan sebagai saus pada Teokbokki dan beberapa makanan khas Korea lainnya. Sebagaimana yang terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 168 :



Artinya: “Hai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terjadi di bumi dan janganlah kamu mengikuti Langkah-langkah syaithan, karena sesungguhnya syaitan adalah musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al-Baqarah: 168) (Agama RI, 2007).

Harga merupakan penentu utama dalam pilihan pembelian, yang menjadikan harga sebagai aspek terpenting dalam suatu bisnis (Yunus et al., 2021). Harga yang ditawarkan untuk produk-produk *Korean food* ini cukup bervariasi. Namun, pada umumnya produk *Korean food* ini memiliki harga yang relative mahal. Penggemar *Korean food* cenderung didominasi oleh kalangan remaja baik itu pelajar ataupun mahasiswa yang belum memiliki penghasilan, hal ini tentunya akan berkaitan dengan kemampuan atau daya beli konsumen dari *Korean Food* ini.

Daya beli merupakan kemampuan seseorang (konsumen) dalam memilih atau membeli barang maupun jasa sebagai pemenuh kebutuhan hidup (Zohara, 2022). Maksud dari kemampuan tersebut didasarkan atas keterbatasan keuangan yang dimiliki oleh seseorang. Apabila seseorang memiliki penghasilan yang tinggi maka akan tinggi pula daya belinya, sedangkan seseorang yang memiliki penghasilan yang rendah maka akan rendah pula daya belinya. Namun, hal ini seperti tidak berpengaruh terhadap produk *Korean food*, meskipun penggemar *Korean food* di dominasi kalangan remaja yang belum memiliki penghasilan namun produk *Korean food* tetap diminati dan banyak di beli.

Pada saat ini, perkembangan produk *Korean food* di kota Jambi terus meningkat dapat dilihat dari banyaknya produk-produk *Korean food* yang hadir di kota Jambi. Adapun beberapa tempat yang menjual produk *Korean food* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Tempat yang menjual Korean Food di Kota Jambi

| No | Tahun | Nama/Instagram | Alamat |
|----|-------|---|---|
| 1 | 2015 | Okita Ramen / okita_ramen | Jl sk syahbuddin, Kel. Mayang Mangurai, Kec.Kota Baru Jambi |
| 2 | 2016 | Eonni M <i>Korean Food</i> Café Jambi / eonni.m_jambi | Jl. Gr. Djamin dt. Bagindo, Kel.Talang Banjar Kec.Jambi Timur, Talang Banjar Kota Jambi |
| 3 | 2017 | Park Food + Bar / parkfoodbar | Jl. Soekarno Hatta No.3, Thehok, Kec.Jambi Selatan, Kota Jambi |
| 4 | 2020 | Gochujang / gochujang.indonesia | Jl. Kapten Pattimura, Simpang III Sipin, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi |

eCo-Buss

| No | Tahun | Nama/Instagram | Alamat |
|----|-------|---------------------------|---|
| 5 | 2021 | Topokki Cio / topokki.cio | Beringin (Depan Rs. Annisa) Mayang (Samping Hanco Thai Tea Kel. Simpang 3 Sipin Kec. Kota Baru Mayang) |
| 6 | 2022 | Kedai Gamsa / kedai.gamsa | Beliung, Kec.Kota Baru, Kota Jambi, Jambi |
| 7 | 2023 | KKV WTC Batang Hari | Jl. Sultan Thaha No.17, Ps. Jambi, Kec. Ps. Jambi, Kota Jambi, Jambi |

Sumber: (Mahardika, 2023)

Berdasarkan tabel 1 sejak 2015 *Korean food* sudah ada di Kota Jambi, yang mana restoran Okita Ramen ini tetap eksis hingga saat ini. Selanjutnya, ditahun berikutnya mulai bermunculan pula tempat makan baik itu restoran maupun *street food* yang menawarkan berbagai macam makanan ala Korea di Kota Jambi. Hal ini disebabkan bermunculannya jenis-jenis makanan Korea mulai dari media sosial maupun dari tayangan drama Korea, sehingga hal ini menjadikan referensi bagi pelaku usaha untuk membuka usaha *Korean food*. Dengan bertambah banyaknya restoran-restoran Korea di Kota Jambi, tentunya juga menjadikan penggemar makanan Korea setiap harinya mengalami peningkatan. Saat ini pun produk-produk makanan dan minuman impor Korea pun dapat dengan mudah ditemukan di minimarket seperti alfamart dan indomaret, supermarket seperti di fresh, mall seperti Jamtos, WTC, Trona, Transmart, serta market place online seperti Shopee.(Assifa & Hayani, 2023).

Dalam variabel *Korean Wave*, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Anisa & Zakiyah (2021) variabel *Korean Wave* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sedangkan berdasarkan penelitian Erycha, Akhmad & Zakiyah (2023) mengatakan bahwa *Korean Wave* berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Pada variabel kesadaran halal, hasil penelitian Assifa & Nurrahmi (2023) mengatakan kesadaran halal berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan hasil penelitian Sri & Iwan (2023) mengatakan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Pada variabel harga hasil penelitian Teguh Setiawan dkk (2022) mengatakan bahwa harga pada suatu produk berdampak positif terhadap minat konsumen, sehingga mempengaruhi daya beli pada konsumen, daya beli yang tinggi karena terdapat minat pada konsumen. Sedangkan hasil penelitian Muhammad Nur Aziz (2022) harga berpengaruh negative terhadap daya beli.

Korean Wave

Hallyu atau biasanya juga dikenal *Korean wave* adalah istilah yang merujuk kepada kesukaan bahkan kegilaan terhadap budaya Korea(Sari, 2021). *Korean Wave* mencakup musik (K-Pop), film, drama (K-Drama / Drakor), fashion, kecantikan, makanan (*K-Food / Korean food*) dan masih banyak lagi yang telah menyebar di seluruh dunia sehingga juga membuat banyak orang tertarik pula untuk mempelajari Bahasa Korea (Jin, 2023). Awalnya istilah *Korean wave* (hallyu) mendapatkan popularitas sejak media Tiongkok menggambarkan kesuksesan penyanyi Korea pada 1990-an(Jin, 2023). Lalu, mulai memasuki Indonesia melalui drama Korea yang ditayangkan di layar kaca Nusantara pada tahun 2000-an. Beberapa drama yang populer pada saat itu seperti Full House yang tayang di Indosiar pa da tahun 2005, Boys Before Flower tayangan pertama di Indosiar pada 2009, dan masih banyak lagi.

Kemunculan drama Korea di Indonesia merupakan awal mula dikenalnya *Korean wave* di Kota Jambi. Popularitas drama Korea disebabkan drama Korea memiliki narasi yang menarik, sehingga menyebabkan ketertarikan masyarakat terhadap budaya Korea Selatan, mulai dari drama, makanan, lagu, style, bahasa, serta teknologi (Al-Habro et al., 2022). Perkembangan *Korean wave* terlihat dari banyaknya bermunculan tempat-tempat makan ala Korea di kota Jambi hingga saat ini. Penjualan makanan Korea sangat beragam, mulai dari restoran hingga makanan instan yang tersedia di minimarket serta *Street Food* dan *Snack* ringan yang banyak disukai Masyarakat kota Jambi (Mahardika, 2023).

Kesadaran Halal

Kesadaran dapat dipahami sebagai suatu kemampuan untuk merasakan, memahami serta mengenali suatu fenomena. Secara umum kesadaran dapat diartikan juga sebagai pengalaman atau pengetahuan dalam arti mengetahui dengan baik berkaitan dengan makanan, minuman dan produk lainnya (Khasanah, 2020). Secara garis besar, kesadaran halal dapat dipahami sebagai pengetahuan atau pengamalan dalam arti pemahaman yang matang mengenai makanan, minuman serta barang lainnya. (Hendradewi et al., 2021). Keputusan pembelian makanan halal akan semakin kuat apabila memiliki kesadaran halal yang tinggi.

Kesadaran halal tidak hanya dilihat dari logo halal saja, bahan baku yang digunakan, proses pengolahan, peralatan, tempat penyimpanan, dan pengemasan produk juga menjadi faktor yang mempengaruhi hal tersebut.

Harga

Harga adalah faktor yang sangat penting karena sebagai penentu utama dalam permintaan pasar sehingga mempengaruhi posisi pesaing bahkan saham pasar dari suatu Perusahaan (Indrasari, 2019). Dalam menjaga dan meningkatkan posisi di pasar, harga memiliki peran yang sangat penting. Adapun peranan harga dalam perekonomian makro, konsumen, serta Perusahaan dapat dilihat dibawah ini (Supriadi, 2018):

1. Bagi perekonomian

Harga sebagai pengatur perekonomian yang mendasar karena mempengaruhi bagaimana tenaga kerja, modal, alokasi, dan kewirausahaan didistribusikan di antara unsur-unsur produksi.

2. Bagi konsumen

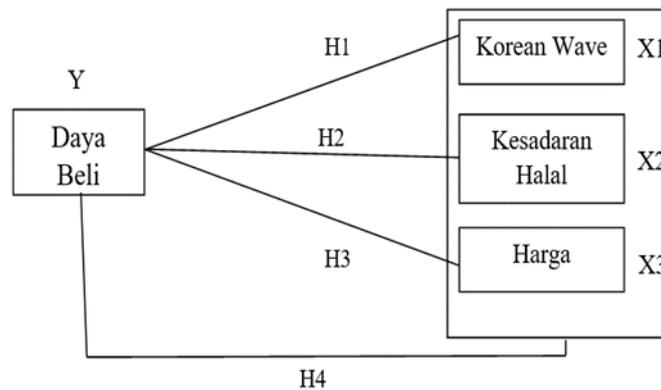
Bagi beberapa konsumen sangat sensitive terhadap harga, yakni mempertimbangkan harga sebelum melakukan pembelian namun ada pula konsumen yang tidak terlalu memikirkan harga. Selain itu, konsumen juga mempertimbangkan elemen lain termasuk kualitas produk, nilai produk, citra, merek serta lokasi. Penetapan harga seringkali berdampak pada penilaian konsumen terhadap suatu produk.

Daya Beli

Daya beli menggambarkan tingkat pendapatan konsumen, tingkat pendapatan konsumen yang tinggi akan memiliki daya beli yang tinggi pula (Sularso et al., 2017). Daya beli yang relatif tinggi akan menyebabkan konsumen mampu memenuhi kebutuhannya meskipun dengan harga yang relative tinggi (Yunus et al., 2021). Dalam mengukur daya beli konsumen idealnya menggunakan pendekatan (income) dengan disposable income (Hamsinah, 2022). Selain pendapatan (income) daya beli ini juga dapat diukur dari hutang, harga, tabungan serta perkembangan tingkat harga umum. Hal-hal yang dapat merubah daya beli konsumen adalah pendapatan dan perubahan harga (Rambe et al., 2023).

Daya beli seorang konsumen bergantung pada 2 unsur pokok antara lain, pendapatan yang dapat dibelanjakan konsumen serta harga dari barang ataupun jasa yang dikehendaki oleh konsumen tersebut (Edias, 2018). Namun seiring dengan perkembangan zaman, harga ataupun pendapatan konsumen tidak dapat dijadikan patokan daya beli seseorang, karena gaya hidup juga mempengaruhi daya beli seseorang. Barang-barang baru akan merangsang konsumen dalam membeli sesuai dengan keinginannya (Sahubawa et al., 2023).

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Dari gambar 1.1, adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut :

Ha1 : *Korean Wave* berpengaruh terhadap daya beli *Korean Food* di kota Jambi.

Ho1 : *Korean Wave* tidak berpengaruh terhadap daya beli *Korean Food* di kota Jambi.

Ha2 : Kesadaran halal berpengaruh terhadap daya beli *Korean Food* di kota Jambi.

Ho2 : Kesadaran halal tidak berpengaruh terhadap daya beli *Korean Food* di kota Jambi.

Ha3 : Harga berpengaruh terhadap daya beli *Korean Food* di kota Jambi.

Ho3 : Harga tidak berpengaruh terhadap daya beli *Korean Food* di kota Jambi.

Ha4 : *Korean Wave*, kesadaran halal, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap daya beli *Korean Food* di kota Jambi.

Ho4 : *Korean Wave*, kesadaran halal, dan harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap daya beli *Korean Food* di kota Jambi.

Metode

Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan kuantitatif sebagai salah satu Teknik studi untuk mengukur fenomena social secara objektif. Pendekatan ini dipergunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel dependen terhadap variabel independent. Variabel independent adalah *Korean wave*, kesadaran halal dan harga sedangkan variabel dependen adalah *Korean food*.

Populasi dan Sampel

Adapun populasi pada penelitian ini ialah konsumen yang membeli *Korean food* di beberapa tempat yang menjual *Korean food* yang terdapat di kota Jambi.

Teknik Penentuan Sampel

Teknik *non-probability sampling* digunakan pada penelitian ini. Sampel ditentukan berdasarkan accidental sampling dengan memilih sampel dari siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian, dan merupakan sumber data yang sesuai (Anshori & Iswati, 2020). Untuk menghitung sampel yang belum diketahui, pada penelitian ini digunakan pendekatan Lemeshow. Rumus lemeshow ini cocok diaplikasikan dalam perhitungan total populasi yang belum diketahui secara pasti (Aji Saputra et al., 2023).

$$n = \frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1.96

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = Tingkat Kesalahan 10%

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Hasil perhitungan diperoleh 96,04 namun, dibulatkan menjadi 100 responden. Sampel dibulatkan menjadi 100 dengan ketentuan ukuran sampel tidak boleh kurang dari sampel yang telah ditentukan berdasarkan perhitungan. Adapun alasan pembulatan menjadi 100 yakni, hasil yang diperoleh akan semakin baik apabila semakin banyak jumlah respondennya.

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer, langsung dari objek yang diteliti. Peneliti mengumpulkan informasi langsung dari pengunjung beberapa tempat-tempat yang menjual Korean

2. Data Sekunder

Data didapatkan dari literatur seperti buku, jurnal, website, serta sumber-sumber lainnya yang relevan.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibuat dengan survei Google Formulir kepada pelanggan Korean food di beberapa lokasi yang menjual *Korean food* di kota Jambi. Namun, pada penelitian ini agar dapat memudahkan penulis dalam membagikan kuesioner, penulis menggunakan media *Google Form* yang dibuat menjadi barcode sehingga responden dapat menscan kuesioner dengan mudah tanpa harus membagikan link dan mengurangi biaya print.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Variabel | Indikator |
|----------------------|---|--|
| Korean Wave (X1) | Korean wave menjadi budaya yang sedang populer dan mendunia pada saat ini termasuk di Indonesia, terutama dalam bidang kuliner seperti <i>jajangmyeon</i> , <i>soju</i> , <i>bulgogi</i> dan <i>teoppokki</i> serta masih banyak lagi, yang menjadi daya Tarik bagi remaja. | 1. Pemahaman (<i>understanding</i>) 2. Sikap dan perilaku (<i>attitude and behavior</i>) 3. Presepsi (<i>preception</i>) |
| Kesadaran Halal (X2) | Sebagai seorang muslim pentingnya untuk memahami mengenai kehalalan produk yang akan di konsumsi, paham yang dimaksud yaitu benar-benar mengetahui standar produk halal yang sesuai syariat islam. | 1. Label halal pada kemasan 2. Komposisi yang tertulis pada kemasan 3. Pemahaman bahan baku halal 4. Asal-usul produk |
| Harga (X3) | Harga merupakan nilai yang diberikan pada suatu barang dan jasa yang akan menjadi factor yang mempengaruhi seseorang dalam membeli sesuatu. | 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing 4. Kesesuaian harga dengan manfaat |
| Daya Beli (Y) | Kemampuan seseorang dalam membeli sesuatu | 1. Pengungkit ekonomi 2. <i>Referential power</i> 3. <i>Preferential power</i> 4. Daya eksplorasi |

Uji Instrumen

Uji Validitas Data

Validitas menunjukkan seberapa jauh alat ukur dalam mengukur secara tepat suatu masalah yang ingin di ukur (Saputra & Ovan, 2020). Uji validitas menunjukkan bahwa variabel yang diteliti dan diukur adalah benar-benar yang akan diteliti oleh peneliti.

Uji Reliabilitas Data

Melihat sejauh mana kemampuan pengukuran suatu penelitian bisa diandalkan serta dipercaya yaitu dengan melalui uji reliabilitas. Konsistensi kuesioner reliabilitas apabila pengujian beberapa kali terhadap jawaban responden dengan menggunakan kuesioner yang sama namun pada kondisi yang berbeda (Saputra & Ovan, 2020).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah variabel terkait serta variabel bebas berdistribusi normal (Ghozali, 2016). Penurunan hasil uji statistic akan terjadi apabila variabel tidak berdistribusi normal (Fakhry Zamzam & Luis Marnisah, 2021).

Uji Multikolinearitas

Dalam melihat ada atau tidaknya korelasi pada variabel digunakan uji multikolinearitas. Ketika variabel independent menunjukkan korelasi satu sama lain maka variabel tersebut artinya tidak orthogonal. (Zulaika Matondang & Hamni Fadlilah Nasution, 2021).

Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan agar terlihat apakah pada model regresi terdapat ketimpangan antar varians. Grafik scatterplot digunakan untuk melihat gejala heterokedastisitas (Firdaus, 2021).

Uji Pengaruh

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda sebagai alat untuk meramalkan ada atau tidaknya pengaruh antara 2 variabel bebas dengan variabel terikat guna memastikan ada atau tidaknya hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat antar variabel variabel (Sanusi, 2019)

Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi ini dipakai untuk menunjukkan daya prediksi dari persamaan regresi yang digunakan untuk melihat keseimbangan atau presentase dari variasi nilai variabel dependen yang dijelaskan melalui variasi variabel independent dalam suatu model.

Uji Hipotesis

Uji t

Uji ini untuk melihat bagaimana pengaruh Korean wave, kesadaran halal dan harga yang merupakan variabel independent terhadap variabel dependen yaitu daya beli. Adapun pengaruh yang dimaksudkan adalah pengaruh secara signifikan atau nyata (Lukis Panjawa & Sugiharti, 2021).

Uji F

Tujuan uji f ini adalah untuk mengetahui pengaruh total setiap variabel independent terhadap variabel dependen secara kolektif (Kamal et al., 2021). Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai probabilitas signifikannya $<5\%$.

eCo-Buss

Hasil

Tabel 3. Case Processing Summary

| | Cases | | | | | |
|-----------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| | Valid | | Missing | | Total | |
| | N | Percent | N | Percent | N | Percent |
| Korean Wave | 100 | 100.0% | 0 | 0.0% | 100 | 100.0% |
| Kesadaran Halal | 100 | 100.0% | 0 | 0.0% | 100 | 100.0% |
| Harga | 100 | 100.0% | 0 | 0.0% | 100 | 100.0% |
| Daya Beli | 100 | 100.0% | 0 | 0.0% | 100 | 100.0% |

Sumber : Data primer diolah 2024

Tabel 5 memperlihatkan setiap kasus teramati seluruhnya sebanyak 100 sampel dengan presentasi 100%. Artinya tidak ada data yang hilang dan data-data yang diperoleh valid.

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

| Variabel | R Hitung | R tabel | Probability | Ket |
|-----------------------------|----------|---------|-------------|-------|
| Korean Wave (X1) | 0,526 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,711 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,761 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,396 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,511 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,692 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,732 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,754 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,654 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,516 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| Kesadaran Halal (X2) | 0,369 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,522 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,665 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,707 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,616 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| Harga (X3) | 0,611 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,630 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,395 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,644 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,695 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| Daya Beli (Y) | 0,664 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,725 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,428 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,422 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,615 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,656 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,739 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,719 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| | 0,508 | 0,1966 | 0,000 | Valid |

Sumber : Data primer diolah 2024

Dari tabel, untuk $df = n - 2 = 98$ pada taraf 0,05 diperoleh $r\text{-tabel} = 0,1966$ dan $r\text{-hitung}$ antara 0,369 hingga 0,761, Dimana nilai $r\text{ hitung} > r\text{-tabel}$. maka diperoleh $r\text{-hitung}$ berada di antara 0,369 sampai 0,761 dimana $r\text{-hitung} > \text{nilai } r\text{-tabel}$. Mengingat hal ini, dapat diartikan bahwa setiap pertanyaan kuesioner adalah valid artinya dapat mengidentifikasi permasalahan yang akan diukur dari kuesioner, sehingga bisa digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

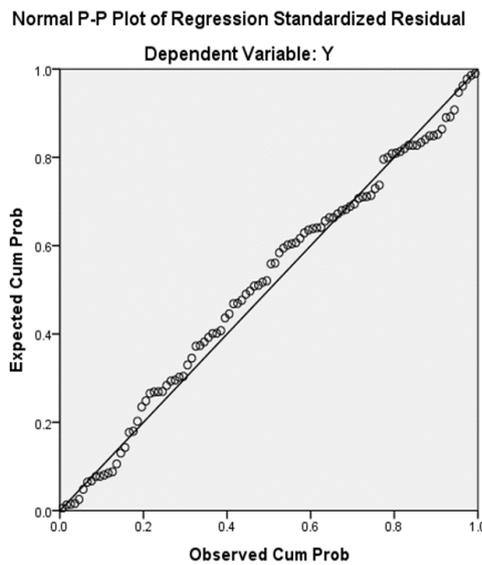
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

| Variabel | Alpha Cronbach | Keterangan |
|----------------------|----------------|------------|
| Korean Wave (X1) | 0,889 | Reliabel |
| Kesadaran Halal (X2) | 0,806 | Reliabel |
| Harga (X3) | 0,842 | Reliabel |
| Daya Beli (Y) | 0,843 | Reliabel |

Sumber : Data primer diolah 2024

Tabel 4 diatas menunjukkan bahwa keempat variabel yaitu *Korean wave*, kesadaran halal harga dan daya beli memiliki nilai *cronbach's alpha* (r-hitung) berkisar antara 0,806 hingga 0,889 dimana r hitung > r-tabel 0,1966. Artinya, setiap variabel yang ditanyakan dalam penelitian ini dapat diandalkan.

**Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas**



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Seperti yang terlihat di atas, titik-titik tersebut tersebar sepanjang garis, sebarannya mengikuti arah garis. Artinya, model regresi memenuhi layak dikarenakan telah memenuhi kondisi normal.

Uji Multikolinearitas

Perhitungan uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

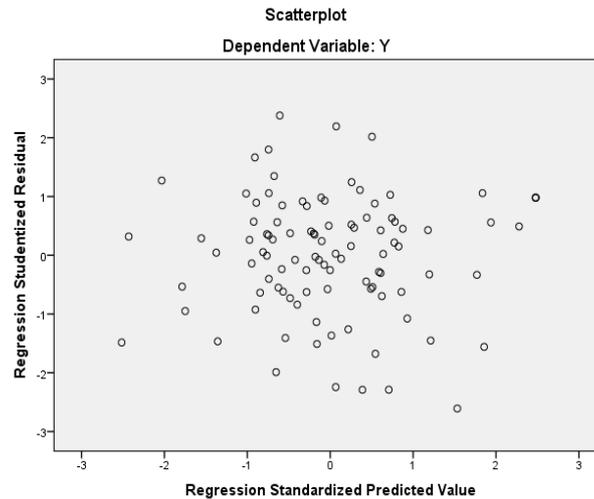
| Variabel Independen | Tolerance | VIF | Ket. |
|-------------------------|-----------|-------|-------------------------|
| <i>Korean Wave</i> (X1) | 0,783 | 1.277 | Tidak Multikolinearitas |
| Kesadaran Halal (X2) | 0,859 | 1.164 | Tidak Multikolinearitas |
| Harga (X3) | 0,728 | 1.373 | Tidak Multikolinearitas |

Sumber : Hasil penelitian 2024

Terlihat dari tabel 5 nilai tolerance dari variabel independent seluruhnya terletak pada angka > 0,10, artinya tidak terjadi korelasi antara variabel independent. Selain itu, *variabel inflation factor* (VIF) menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independent dengan VIF < 10.

Uji Heterokedastisitas

Pengambilan keputusan uji heterokedastisitas melalui grafik scatterplot sebagai berikut :



Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Terlihat pada gambar 3 dapat grafik *scatterplots* penyebaran titik-titik menyebar serta tidak membuat pola tertentu, artinya pada data tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Pengaruh Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | .811 | 3.305 | | .246 | .807 |
| Korean Wave (X1) | .178 | .048 | .264 | 3.725 | .000 |
| Kesadaran Halal (X2) | -.012 | .123 | -.007 | -.097 | .923 |
| Harga (X3) | .768 | .089 | .636 | 8.654 | .000 |

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berikut merupakan formulasi analisis regresi berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,811 + 0,178 X_1 - 0,012 X_2 + 0,768X_3 + e$$

Artinya :

a : Konstanta = 0,811 b1 = 0,178
X1 : *Korean Wave* b2 = -0,012
X2 : Kesadaran Halal b3 = 0,768
X3 : Harga

- a) Konstant bernilai positif sebesar 0,811. Artinya variabel independent *Korean wave*, kesadaran halal serta harga memiliki pengaruh terhadap variabel dependent yaitu daya beli.
- b) Variabel *Korean wave* (X1) memiliki nilai yaitu sebesar 0,178. Artinya terdapat pengaruh positif antara daya beli dengan variabel *Korean wave*. Apabila variabel *Korean wave* naik 1%, maka variabel daya beli akan naik pula sebesar 0,178 dengan asumsi variabel independent lainnya dianggap konstan. Tanda positif berarti antara variabel independent dan variabel dependen memiliki pengaruh yang searah.
- c) Nilai koefisien untuk variabel kesadaran halal (X2) sebesar -0,012. Artinya terdapat pengaruh yang berlawanan arah (negatif) variabel kesadaran halal dengan daya beli. Dapat diartikan apabila variabel kesadaran halal mengalami kenaikan 1% maka sebaliknya variabel daya beli turun sebesar 0,012%.

- d) Nilai koefisien untuk variabel harga (X3) yaitu sebesar 0,768. Artinya nilai tersebut meunjukkan nilai positif antara variabel harga dengan variabel daya beli. Dapat diartikan apabila variabel harga naik 1% maka variabel daya beli akan mengalami kenaikan sebesar 0,768. Tanda positif berarti antara variabel independent dan variabel dependen memiliki pengaruh yang searah.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Hasil Uji Determinasi (R²)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .789 ^a | .623 | .611 | 2.77051 |

Sumber : Data primer di olah 2024

Dari hasil uji R² pada tabel 8 *R-square* bernilai sebesar 0,623. Artinya, kemampuan variabel independen simultan terhadap variabel dependen sebesar 62,3%.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 9. Hasil Uji t X1 Terhadap Y

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------|-----------------------------|-----------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std.Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .811 | 3.305 | | .246 | .807 |
| | Korean Wave | .178 | .048 | .264 | 3.725 | .000 |

Pada tabel 9 menunjukkan bahwa *Korean wave* (X1) memiliki nilai $0,000 < 0,05$ dengan nilai t-hitung $3,725 > t$ -tabel 1,984 dari regresi ini dapat disimpulkan bahwa H01 ditolak. Sehingga, *Korean wave* berpengaruh signifikan terhadap daya beli *Korean food* di Kota Jambi.

Tabel 10. Hasil Uji t X2 Terhadap Y

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|-----------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std.Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .811 | 3.305 | | .246 | .807 |
| | Kesadaran halal | -.012 | .123 | -.007 | -.097 | .923 |

Pada hasil uji regresi parsial variabel kesadaran halal memiliki nilai $0,923 > 0,05$ serta nilai t-hitung $-,097 < t$ -tabel 1,984 dari regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa H02 diterima. Sehingga, kesadaran halal tidak memiliki pengaruh terhadap daya beli *Korean food* di Kota Jambi.

Tabel 11. Hasil Uji t X3 Terhadap Y

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|-----------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std.Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .811 | 3.305 | | .246 | .807 |
| | Harga | .768 | .089 | .636 | 8.654 | .000 |

Pada hasil uji regresi nilai variabel harga $0,000 < 0,05$ t-hitung $8,654 > t$ -tabel 1,984 dari hasil regresi ini dapat disimpulkan bahwa H03 ditolak. Sehingga, harga berpengaruh signifikan terhadap daya beli *Korean food* di Kota Jambi.

Uji F

Pada penelitian ini varaiabel independent yaitu terdiri dari *Korean wave*, kesadaran halal dan harga sedangkan variabel dependen yaitu daya beli *Korean food* di Kota Jambi. Dalam mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait maka menggunakan probability yaitu sebesar 5% (0,5).

Tabel 12. Hasil Uji F

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 1216.128 | 3 | 405.376 | 52.813 | .000 ^b |
| Residual | 736.872 | 96 | 7.676 | | |
| Total | 1953.000 | 99 | | | |

Sumber : Data primer diolah 2024

Dari uji f nilai signifikansi simultan (F) $0,000 < 0,05$. Maka, H_0 ditolak serta H_1 diterima, Maka, model regresi berganda tersebut layak untuk digunakan. Variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terkait (Y), yang artinya dalam penelitian ini *Korean wave*, kesadaran halal dan harga berpengaruh secara simultan terhadap daya beli *Korean food* di Kota Jambi.

Pembahasan

Pengaruh *Korean Wave* Terhadap Daya Beli *Korean Food* di Kota Jambi

Berdasarkan hasil penelitian variabel *Korean wave* memiliki nilai ($0,000 < 0,05$), artinya nilai regresi *Korean wave* berpengaruh signifikan. Selanjutnya, berdasarkan hasil uji t, variabel *Korean wave* memiliki nilai t hitung $> t$ tabel ($0,3725 > 1,984$). Artinya hubungan antara *Korean wave* terhadap daya beli *Korean food* yaitu H_{a1} diterima dan H_{o2} ditolak. Pada penelitian ini *Korean Wave* berpengaruh signifikan dan ber-regresi positif terhadap daya beli *Korean food*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Akhmad & Zakiyah (2023) menghasilkan bahwa *Korean wave* berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Karena dari *Korean wave* ini lah *Korean food* mulai dikenal.

Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Daya Beli *Korean Food* di Kota Jambi

Berdasarkan hasil penelitian variabel kesadaran halal memiliki nilai ($0,923 > 0,05$). Artinya, kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap daya beli *Korean food* karena, H_{a2} ditolak dan H_{o2} diterima. Artinya, pada penelitian ini kesadaran halal tidak memiliki pengaruh terhadap daya beli *Korean food* di kota Jambi. Penelitian ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan Sri & Iwan yang mengatakan bahwa kesadaran halal tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli.

Pengaruh Harga Terhadap Daya Beli *Korean Food*

Dari hasil pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai ($0,000 < 0,05$). Nilai regresi dari harga memiliki pengaruh terhadap daya beli *Korean food* di Kota Jambi, yaitu H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak. Dalam penelitian ini harga berpengaruh terhadap daya beli. Harga yang ditawarkan untuk produk *Korean food* ini mulai dari yang mahal hingga yang murah. Meskipun beberapa *Korean food* memiliki harga yang mahal, namun ada pula yang memiliki harga terjangkau terutama bagi kalangan pelajar maupun mahasiswa sehingga masih terjangkau untuk dibeli. Hasil ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Teguh Setiawan dkk (2022) pada hasil penelitiannya yaitu harga berpengaruh terhadap daya beli.

Pengaruh Kesadaran *Korean Wave*, Kesadaran Halal, Dan Harga Terhadap Daya Beli *Korean Food*

Berdasarkan uji model regresi linier berganda dengan menggunakan uji f diperoleh nilai $0,000 < 0,05$, dengan nilai F-hitung $> F$ -tabel yaitu $52,813 > 2,70$ artinya model regresi layak untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan. H_{o4} ditolak dan H_{a4} diterima artinya *Korean wave*, kesadaran halal, dan harga berpengaruh terhadap daya beli *korean food* di Kota Jambi.

Hasil uji koefisien determinasi memperoleh R square dengan nilai 0,789. Artinya, variabel bebas (*Korean wave*, kesadaran halal, & harga) dengan variabel terikat (daya beli) secara simultan

memiliki pengaruh sebesar 78,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh factor lain yang tidak dimaksud pada penelitian ini. Artinya, *Korean wave*, kesadaran halal dan harga berpengaruh secara positif terhadap daya beli *Korean food* di kota jambi. Dengan terus bertambahnya baik itu restoran-restoran *Korean food* ataupun masuknya berbagai macam produk makanan instan dari Korea di Kota Jambi, artinya konsumen tertarik dengan produk tersebut sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk *Korean food* tersebut.

Hasil penelitian pada penelitian ini, yaitu *Korean wave* dan harga berpengaruh signifikan terhadap daya beli, sebaliknya kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap daya beli. Maka, sebagai implikasi dari hasil tersebut, penting bagi tempat-tempat yang akan menjual *Korean food* ini untuk lebih berhati-hati dan memilih produk yang benar-benar terjamin kehalalannya. Karena meskipun konsumen sudah paham akan makanan halal namun pada kenyataannya konsumen masi memiliki ketertarikan untuk membeli produk *Korean food* tersebut. Yang didapatkan pada lokasi penelitian terdapat beberapa makanan *Korean food* instan yang tidak memiliki logo halal, serta beberapa pabrik yang memproduksi makanan Korea yang halal namun Perusahaan tersebut juga memproduksi makanan Korea yang tidak halal, oleh sebab itu maka makanan yang halalnya pun memiliki hukum Syubhat.

Kesimpulan

Dapat disimpulkan *Korean Wave*, Kesadaran Halal, dan Harga Terhadap Daya Beli *Korean Food* di Kota Jambi:

1. Variabel *Korean wave*, kesadaran halal dan harga memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan dan positif terhadap daya beli *Korean food* di Kota Jambi. Pada penelitian ini diperoleh nilai F hitung sebesar $52,813 > F$ tabel 2,70 serta nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$.
2. Pada variabel *Korean wave* diperoleh nilai t hitung $3,725 > t$ -tabel 1,984 serta nilai $0,000 < 0,05$. Maka, pada penelitian ini *Korean wave* berpengaruh secara parsial terhadap daya beli *Korean food* di Kota Jambi.
3. Pada variabel kesadaran halal diperoleh nilai t hitung sebesar $0,097 < t$ tabel 1,984 serta nilai signifikansi $0,923 > 0,05$. Maka, pada penelitian ini Kesadaran halal secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap daya beli *Korean food* di Kota Jambi.

Pada variabel harga diperoleh nilai t hitung sebesar $8,654 > t$ tabel 1,984 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka, pada penelitian ini harga secara parsial memiliki pengaruh terhadap daya beli *Korean food* di Kota Jambi.

Hasil pada penelitian ini, yaitu *Korean wave* dan harga berpengaruh signifikan terhadap daya beli, sebaliknya kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap daya beli. Maka, sebagai implikasi dari hasil tersebut, penting bagi tempat-tempat yang akan menjual *Korean food* ini untuk lebih berhati-hati dan memilih produk yang benar-benar terjamin kehalalannya. Karena meskipun konsumen sudah paham akan makanan halal namun pada kenyataannya konsumen masih memiliki ketertarikan untuk membeli produk *Korean food* tersebut. Yang didapatkan pada lokasi penelitian terdapat beberapa makanan *Korean food* instan yang tidak memiliki logo halal, serta beberapa pabrik yang memproduksi makanan Korea yang halal namun perusahaan tersebut juga memproduksi makanan Korea yang tidak halal, oleh sebab itu maka makanan yang halalnya pun memiliki hukum Subhat.

Daftar Pustaka

Agama RI, D. (2007). *Al-Quran dan Terjemahannya*. PT. Hati Emas.

- Aji Saputra, M. R., Chalid, F. I., & Budianto, H. (2023). *Metode Ilmiah Dan Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)*. Nizamia Learning Center.
- Al-Habro, A., Alfian, A. N., & Seprina, R. (2022). Perkembangan Korean Culture Di Kota Jambi Masa Reformasi (2000-2021). *KRINOK : Jurnal Pendidikan Sejarah & Sejarah FKIP Universitas Jambi*, 1(2).
- Anshori, M., & Iswati, S. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University Press.
- Assifa, F., & Hayani, N. (2023). Pengaruh Halal Awareness dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Korean Food Pada Generasi Z di Kota Pekanbaru. *SYNERGY Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- Edias, F. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. UNIMMA PRESS.
- Fakhry Zamzam, & Luis Marnisah. (2021). *Model Penulisan Tesis Manajemen Kuantitatif Berbasis Analisis Dan Implikasi Manajerial*.
- Fathoni, M. A., Faizi, & Sari, R. (2022). *Perilaku Konsumen Muslim Dalam Pembelian Makanan Melalui Platform Digital Di Indonesia*. PT. Pena Persada Kerta Utama.
- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*.
- Hamsinah. (2022). *Pengantar Technopreneurship*. Cipta Media Nusantara.
- Hendradewi, S., Mustika, A., & Darsiah, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2).
- Hermawanto, A., & Anggraini, M. (2020). *Globalisasi, Revolusi Digital Dan Lokalitas: Dinamika Internasional Dan Domestik Di Era Borderless World*. LPPM Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jin, D. Y. (2023). *Understanding the Korean Wave Transnational Korean Pop Culture and Digital Technologies*. Taylor & Francis.
- Kamal, M., Kasmawati, Rodi, Thamrin, H., & Iskandar. (2021). Pengaruh Tingkat Inflasi Dan Nilai Tukar (Kurs) Rupiah Terhadap Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance, Vol 4 No 2*.
- Khasanah, M. (2020). Peranan Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Halal dalam Membangun Kesadaran Halal: Studi Netnografi. *Al-Tijary*, 5(2).
- Lukis Panjawa, J., & Sugiharti, R. (2021). *Pengantar Ekonometrika Dasar Teori dan Aplikasi Praktis untuk Sosial-Ekonomi*. Pustaka Rumah C1nta.
- Mahardika, S. (2023). Sejarah Perkembangan Korean Food Di Kota Jambi Masa Reformasi (2000-2021). *KRINOK : Jurnal Pendidikan Sejarah & Sejarah FKIP UNJA*, 2(2).
- Nurrahmah, A., Rismaningsih, F., Hernaeny, U., Pratiwi, L., & Wahyudin. (2021). *Pengantar Statiska 1*. CV MEDIA SAINS INSONESIA.
- Rambe, M. T., Kustina, K. T., Fauzan, R., Mulyati, Maya, S., Harto, B., Sulistiyani, Sudirjo, F., Srisusilawati, P., Yuliar, G., Kusnadi, I. H., & Irwan, B. (2023). *Manajemen Strategis*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Sahubawa, L., Pertiwiningrum, A., & Sasongko, H. (2023). *Biokonversi dan Bioekonomi Limbah Kulit Ikan : Potensi, Teknologi Pengolahan dan Komersialisasi*. Gadjah Mada University Press.
- Sanusi, A. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Saputra, A., & Ovan. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sari, D. (2021). *Annyeonghaseo, Telusuri Jejak Digital Korean Wave di Indonesia*. CV Budi Utama.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R\&{D}*. Alfabeta.
- Sularso, A., Purbangkoro, M., & Lia Chairina, R. R. (2017). *Aplikasi Dalam Ekonomi Manajerial*. Zifatama Jawara.
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Guepedia Publisher.
- Wajdi, F., & Susanti, D. (2021). *Kebijakan Hukum Produk Halal Di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Yunus, M., Abubakar, Mulyadi, S., & Hazaimah, C. (2021). *Efisiensi Pemasaran Dan Ketahanan Pangan*. Syiah Kuala University Press.
- Zohara, L. (2022). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. CV Lawwana.
- Zulaika Matondang, & Hamni Fadlilah Nasution. (2021). *Praktik Analisis Data Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews & SPSS*.