

**PREFERENSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP PRODUK
MAKANAN BERLABEL HALAL DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD HAYYAN AL ASADI MUQSITH

NIM : 08010421024



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2026

PERNYATAAN

Saya, Muhammad Hayyan Al Asadi Muqsith, 08010421024, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri , dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 28 Oktober 2025



Muhammad Hayyan Al Asadi Muqsith

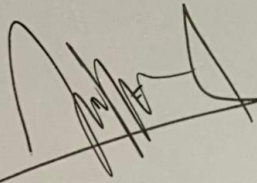
NIM: 08010421024

HALAMAN PERSETUJUAN

Surabaya, 15 Juli 2025

Skripsi telah Selesai dan Siap untuk Diuji

Dosen Pembimbing,



Dr. Sri Wigati, MEI
NIP. 197302212009122001

LEMBAR PENGESAHAN
PREFERENSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP PRODUK
MAKANAN BERLABEL HALAL DI KOTA SURABAYA

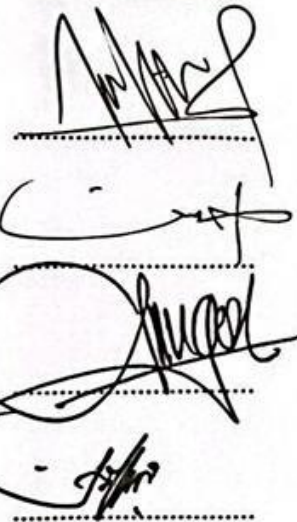
Diajukan Oleh
Muhammad Hayyan Al Asadi Muqsith
NIM: 08010421024

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 28 Oktober 2025
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Sri Wigati, MEI
NIP. 197302212009122001
(Penguji 1)
2. Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M.
NIP. 196806212007011030
(Penguji 2)
3. Rianto Anugerah Wicaksono, M.SEI.
NIP. 198508222019031011
(Penguji 3)
4. Mohammad Dliyaul Muflihah, S.E.I., M.E
NIP. 199401052023211020
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 28 Oktober 2025

Dekan
Dr. Syajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001 ✓



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Hayyan Al Asadi Muqsith
NIM : 08010421024
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi syariah
E-mail address : hayyanal017@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Preferensi konsumen muslim terhadap produk makanan berlabel halal di Kota Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 Januari 2026

Penulis,

(Muhammad Hayyan Al Asadi Muqsith)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen Muslim terhadap produk makanan berlabel halal di Kota Surabaya serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Pesatnya perkembangan industri makanan menjadikan label halal sebagai aspek penting bagi konsumen Muslim karena berfungsi sebagai jaminan kepatuhan syariat dan keamanan produk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode penelitian lapangan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 11 konsumen Muslim di Kota Surabaya yang dipilih secara purposive. Teknik analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal merupakan faktor utama dalam preferensi konsumen Muslim, bahkan lebih dominan dibandingkan harga dan cita rasa. Faktor lain yang turut memengaruhi keputusan pembelian meliputi kepercayaan terhadap lembaga sertifikasi halal resmi, serta pengaruh media sosial. Konsumen juga mempertimbangkan aspek kebersihan dan kejelasan informasi produk.

Penelitian ini merekomendasikan agar pelaku usaha meningkatkan transparansi dan kepemilikan sertifikasi halal, sementara pemerintah dan lembaga terkait perlu memperkuat edukasi serta pengawasan produk halal. Optimalisasi media sosial juga diperlukan untuk mendukung perkembangan industri halal di Kota Surabaya.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Konsumen Muslim, Produk Makanan Halal, Label Halal, Kota Surabaya

ABSTRACT

This study aims to analyze Muslim consumers' preferences toward halal-labeled food products in Surabaya City and the factors influencing their purchasing decisions. The rapid growth of the food industry has made halal labeling an essential consideration for Muslim consumers, as it serves as a guarantee of compliance with Islamic law and product safety.

This research employs a qualitative descriptive approach using field research methods. Data were collected through in-depth interviews with 11 Muslim consumers in Surabaya, selected through purposive sampling. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The findings indicate that halal labeling is the primary factor influencing Muslim consumers' preferences, even more dominant than price and taste. Other influencing factors include the level of religiosity, trust in official halal certification bodies, and the influence of social media. Consumers also consider cleanliness and clarity of product information in their purchasing decisions.

This study recommends that food business actors enhance transparency and halal certification compliance, while the government and related institutions strengthen education and supervision of halal products. Optimizing social media as an educational and marketing tool is also essential to support the development of the halal industry in Surabaya.

Keywords: Consumer Preferences, Muslim Consumers, Halal Food Products, Halal Label, Surabaya City

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Preferensi Konsumen.....	11
1. Pengertian Preferensi Konsumen	11
2. Perilaku Konsumen	12
a. Pentingnya Perilaku Konsumen.....	15
b. Faktor yang memengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Muslim	18
a. Media Sosial	18
b. Kepercayaan terhadap Sertifikasi Halal.....	19
c. Kesadaran akan produk halal	19

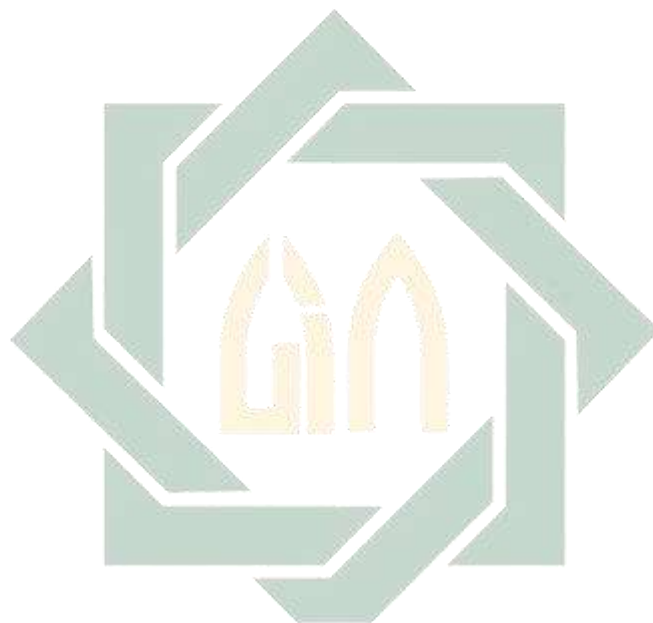
d. Harga dan ketersediaan produk	20
2.2 Label Halal	21
1. Pengertian Label Halal	21
2. Peran Sertifikasi Halal	24
3. Tujuan Pencantuman Label Halal	25
4. Proses Sertifikasi Halal.....	27
2.3 Makanan halal	28
1. Pengertian Makanan Halal	28
2. Dasar Hukum Makanan Halal	29
3. Syarat dan Kriteria Makanan Halal	31
2.4 Penelitian Terdahulu.....	32
2.5 Kerangka Konseptual.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis penelitian.....	40
3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian	41
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	41
3.4 Jenis dan Sumber Data	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1 Lokasi penelitian.....	46
4.1.2 Karakter penduduk.....	49
4.1.3 Pertumbuhan Industri Makanan	50
4.1.4 Label Halal Sebagai Pertimbangan Konsumen.....	52
4.1.5 Objek penelitian : konsumen muslim.....	54
4.1.6 Fenomena Yang Relevan	56
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Pentingnya Label Halal Sebagai Jaminan Kepercayaan	62
4.2.2 Tingkat Kepercayaan Terhadap Sertifikasi Halal	68
4.2.3 Pengaruh Media Sosial dalam Keputusan Pembelian	72

4.2.4 Preferensi Terhadap Produk Lokal dan UMKM	78
4.2.5 Faktor-faktor lain yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	82
4.3 Pembahasan.....	86
4.3.1 Preferensi Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Berlabel Halal	86
1. Pengaruh kesadaran religius dan integrasi gaya hidup halal	87
2. Dinamika Kepercayaan Terhadap Lembaga Sertifikasi Halal Resmi.....	88
3. Pengaruh Media Sosial dan Ekspektasi Konsumen Terhadap Informasi Digital	89
4. Tantangan Dilematis, Pilihan Harga, dan Preferensi Produk Lokal	90
5. Dominasi Faktor Non-Halal pada Keputusan Pembelian	93
4.3.2 Implikasi Preferensi Konsumen Terhadap Industri Produk Halal di Surabaya.....	94
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN	104
DOKUMENTASI DAN TRANSKRIP WAWANCARA	106

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 2.2 Tabel Literatur.....	38
Tabel 2.2 Kerangka Konseptual.....	39
Tabel 4.1 Data Narasumber.....	61



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

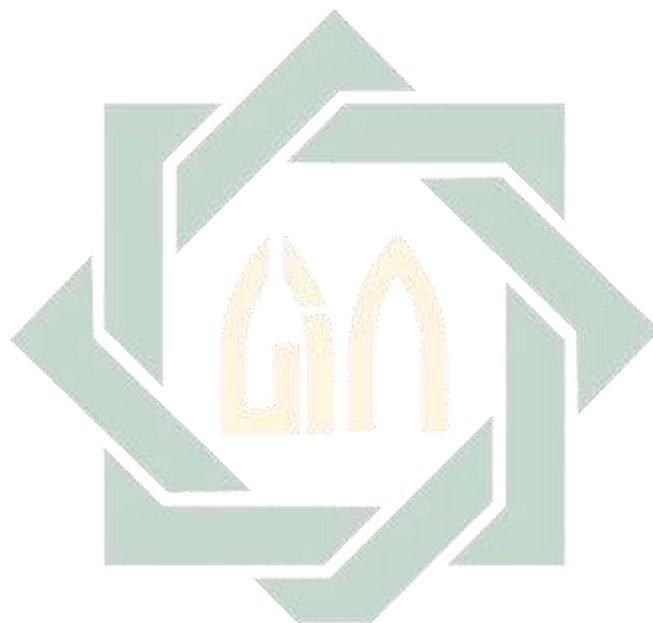
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Halal	23
------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Biodata Penulis.....	104
Lampiran. 2 Surat Pernyataan Orisinalitas Karya.....	105
Lampiran. 3 Dokumentasi dan Transkrip Wawancara.....	106



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W., & Hammam. (2024). Kesadaran Halal Pelaku Umkm Terhadap Produk Olahan Wajib Bersertifikat Halal (Studi Umkm Kecamatan Kwanyar). *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.36781/iqtisadie.v4i01.522>
- Ali, M. (2016). Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal. *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>
- Amalia, S., Hanapia, A. Y., Kadarisman, E., & Sukarso, A. (2023). Analisis Pengaruh Sektor Industri Pangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Tahun 2001-2022. *WELFARE JURNAL ILMU EKONOMI*, Volume 4 Nomor 1, 31–41.
- Amry, A. D., Pebrianti, S., Fajarwati, L., Narti, D., & Monaliza, M. S. (t.t.). Peran Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Muslim Pada Produk Makanan dan Minuman di Kota Jambi.
- Ardiansyah, M. R. (2024). Dampak Sertifikat Halal dan Kebersihan terhadap Tingkat Konsumsi dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervensi. *JUMBA (JOURNAL OF MANAGEMENT AND BUSSINESS ALIFANA)*, Vol. 02 No. 02, Hal. 79-86.
- Arsad, J. H., Hardina, & Hidayatussalam. (2024). Kewajiban pencantuman label halal produk umkm di kota Ternate. *Fakultas Teknik Universitas Pasifik Morotai*, 03(01).
- Hasanah, N., Azizah, N., Nikmatussolihah, M. R., & Santoso, M. A. (2022). Perkembangan Industri Halal di Indonesia. *JIESP: Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 1(2), Article 2.
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19. *inovator*, 10(2), 133–140. <https://doi.org/10.32832/inovator.v10i2.5973>
- IHATEC. (2021, November 11). Penjelasan Lengkap Apa Itu Label Halal | IHATEC. Indonesia Halal Training Center. <https://ihatec.com/label-halal/>

Imaaduddin, M., & Mardhiah. (2024). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'sayur TanjungPinang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5 no.2.

Jasa Logistik Wajib Sertifikasi Halal. (2023, Mei 6). *Akuhalal.com*.
https://www.akuhalal.com/?page_id=812

jumlah penduduk—AllStats Search. (t.t.). Diambil 20 Oktober 2024, dari
<https://searchengine.web.bps.go.id/search?mfd=3578&q=jumlah+penduduk+&content=all&page=1&title=0&from=all&to=all&sort=relevansi>

Mardiani, F., & Kamaruddin, A. M. (2025). Pengaruh Faktor Religiusitas dan Pengetahuan Islami Terhadap Konsumsi Produk Pangan Halal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman). *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman (JESM)*, 4(1), Article 1.
<https://doi.org/10.30872/jesm.v4i1.2101>

Muslimah, S. (2012). Label halal pada produk pangan kemasan dalam perspektif perlindungan konsumen muslim. *Yustisia Jurnal Hukum*, 1(2).
<https://doi.org/10.20961/yustisia.v1i2.10630>

Napitasari, A. (2018). Analisis minat beli konsumen pada restoran bersertifikat halal mui di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2018 (Studi Kasus: Konsumen Waroeng Steak and Shake, Gudeg Yu Djum, Bakso Betesda 74). *Jurnal pendidikan dan Ekonomi*, 7. <https://journal.student.uny.ac.id/ekonomi/article/view/10979/10521>

Novianti. (2022). Implikasi hukum penetapan label halal bagi pelaku usaha.

Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *TEORI PERILAKU KONSUMEN*. PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI).

Pambudi, W. S., & Nadia, L. (2023). Pengaruh kesadaran halal dan sertifikasi halal produk terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman kekinian di area Surabaya Industrial Estate Rungkut.

Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran (12 (terjemahan))*. PT Indeks, Jakarta.

- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. 8(1).
- Pratiwi, M. I., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Influencer Terhadap Keputusan pembelian di Rumah Makan SE'I SAPIKU Surabaya. 9(3).
- Rosyidah, U., & Handayati, P. (2022). Perilaku Konsumen Muslim di Lombok Berdasarkan Religiusitas dan Gaya Hidup. 10(1).
- Rozi, C. (2025). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Halal Awareness terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran All You Can Eat di Kota Surabaya. *Jurnal Syntax Admiration*, 6(1), 75–92. <https://doi.org/10.46799/jsa.v6i1.1614>
- Sahir, S. H., & Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi Universitas Medan area Medan. 3.
- Salsabilla, F., & Fasa, M. I. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. 5.
- Septianis, A., & Saino. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Ice Cream Mixue&Tea Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Remaja Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10081567>
- Setioningtyas, W. P., & Wisnu, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor Pada Perilaku Pembelian Konsumen Terhadap Produk Makanan dan Minuman Lokal di Kota Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 181–195. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v4i2.6596>
- Suliyana, P. M., Soeliha, S., & Sari, R. K. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada UD. SUMBER REJEKI Kabupaten Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(2), 292–306. <https://doi.org/10.36841/jme.v3i2.4832>
- Syafrida, S. (2017). Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *ADIL: Jurnal Hukum*, 7(2), 159–174. <https://doi.org/10.33476/ajl.v7i2.353>

- Tyas, N. C. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan [Skripsi]. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO.
- Ulfa, M. (2020). Analisis hukum islam tentang penetapan halal pada produk olahan bakso Sony (Studi Pada Majelis Ulama Indonesia Provinsi Lampung). <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/11533>
- Utami, S. N. (2021). Preferensi Konsumen Berdasarkan Label Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal. *Journal of Technology and Food Processing (JTFP)*, 1(02), Article 02. <https://doi.org/10.46772/jtfp.v1i02.509>
- Wahidatul Ailah, M. (2019). Pemahaman Konsep Halal dan Halal Awareness dalam Perilaku Konsumen Muslim BreadTalk di Surabaya. universitas islam negeri sunan ampel surabaya.
- Wati, N. R., & Fitriyah, Z. (2024). Pengaruh Mobile Food Ordering Attributes dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Perspektif Ekonomi Islam. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. <https://doi.org/10.30868/ad.v8i02.7319>
- Wati, W., & Ridlwan, A. A. (2020). Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Tidak Bersertifikat Halal Dengan Merek Mengandung Makna Sarkasme. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi dan Perbankan (JESKaPe)*, 4(2), 205–228. <https://doi.org/10.52490/jeskape.v4i2.722>
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2011.1.1.%p>
- Yunitasari, V., & Anwar, M. K. (2019). Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan impor pada mahasiswa ekonomi Universitas Negeri Surabaya. 2.