

Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian pada *Coffee Shop*: Studi Kasus Mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya

Buja Lizammin Nuha¹, Moch. Khoirul Anwar²

^{1,2}Universitas Negeri Surabaya

buja.19036@mhs.unesa.ac.id, khoirulanwar@unesa.ac.id

ABSTRACT.

This study aims to determine the results of research on the influence of lifestyle, halal labels, and halal awareness on Coffee Shop purchasing decisions in Islamic Students of Surabaya State University. This study used descriptive quantitative methods through a sample of 80 students. The distribution of questionnaires was carried out by means of Likert scales on lifestyle, halal labels, and halal awareness. This study used multiple regression analysis using instrument data tests, classical assumption tests and hypothesis tests using t tests, f tests and coefficient of determination (r²) tests. The results of this study explain that partially the variables of lifestyle and halal awareness have a positive and significant influence on the variables tied to purchasing decisions, while the variables of halal labels do not have a positive and insignificant effect on variables bound to purchasing decisions. Then simultaneously lifestyle variables, halal labels, and halal awareness have a positive and significant influence on variables tied to purchasing decisions. The results of the coefficient of determination test (R Square) found that lifestyle, halal labels, and halal awareness had a simultaneous influence of 65.1% on Coffee Shop purchasing decisions in Islamic Students of Surabaya State University.

Keywords: *lifestyle; halal label; halal awareness; purchasing decision; coffee shop.*

ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil dari penelitian pengaruh gaya hidup, label halal, dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian *Coffee Shop* pada Mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan melalui sampel yang berjumlah 80 mahasiswa. Penyebaran kuisioner dilakukan dengan cara skala likert pada gaya hidup, label halal, dan kesadaran halal. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan uji instrument data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis yang menggunakan uji t, uji f dan r². Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial variabel gaya hidup dan kesadaran halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian, sedangkan variabel label halal tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Lalu secara simultan variabel gaya hidup, label halal, dan kesadaran halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) diperoleh bahwa gaya hidup, label halal, dan kesadaran halal memiliki pengaruh simultan sebesar 65,1% terhadap keputusan pembelian *Coffee Shop* pada Mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya.

Kata kunci: gaya hidup; label halal; kesadaran halal; keputusan pembelian; coffee shop.

PENDAHULUAN

Islam merupakan sebuah kepercayaan yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia. Segala sesuatu yang diperbolehkan, dilarang, dihindari atau ditolak oleh Allah telah disyariatkan, termasuk larangan mengonsumsi makanan dan minuman haram. Allah memerintahkan kita bagi muslim bahwa wajib hukumnya untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang halal. Sebagaimana firman Allah dalam QS. An-Nahl ayat 114:

إِنَّ اللَّهَ نِعْمَتٌ وَاشْكُرُوا طَيِّبًا حَلَالًا اللَّهُ زَرَفَكُمْ مِمَّا فَكَلُوا
تَعْبُدُونَ إِيَّاهُ كُنْتُمْ

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.” (QS. An-Nahl: 114).

Pada surat di atas, Allah memerintahkan umat muslim mengonsumsi makanan halal saja. Umat muslim harus memiliki ketahanan pangan yang paling fundamental, halal atau tidak. Tiap muslim bertanggungjawab atas dirinya sendiri mengenai kehalalan suatu produk yang dikonsumsi. Di Indonesia, lembaga secara tegas didedikasikan untuk memverifikasi barang yang dibeli konsumen muslim untuk melindungi mereka. Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang dikelola oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM), merupakan lembaga di Indonesia yang berwenang untuk menyelenggarakan sertifikasi halal. Dengan menerbitkan sertifikat halal, lembaga ini melakukan pengawasan pada produk siap jual.

Fenomena yang sedang ramai di kunjungi oleh para Mahasiswa salah satunya adalah *Coffee Shop* yang memperjual belikan makanan cepat saji serta minuman kopi kekinian. Selain menjual kopi, gerai *Coffee Shop* juga berlomba-lomba menawarkan suasana yang nyaman untuk dikunjungi. Meluasnya keberadaan *Coffee Shop* dipengaruhi gaya hidup kota besar dengan menyuguhkan kepuasan bagi para mahasiswa.

Perekonomian di Indonesia tumbuh berkembang yang ditandai oleh semakin banyaknya *Coffee Shop*, mall, hingga klinik kecantikan. Saat ini, kopi menjadi minuman favourite mahasiswa, diman atidak hanya sekedar selera, melainkan tuntutan gaya hidup (Herlyana, 2012). Pertumbuhan *Coffee Shop* disebabkan jangkauan konsumen yang bisa menyentuh segala kalangan baik pelajar, mahasiswa hingga pekerja (Pramita,

2016). Sebanyak 50% penikmat kopi didominasi oleh pekerja, 47% mahasiswa serta 3% lain-lain berdasarkan survei IDN Times (Rohmadi, 2020).

Tabel 1 Data Outlet Coffee Shop Halal di Surabaya

No.	Nama Cafe	Jumlah Outlet
1.	Flash Coffee	1 Outlet
2.	MAXX Coffee	2 Outlet
3.	Tepi Barat Rumah Kopi	2 Outlet
4.	Tanamera Coffee & Roastery	3 Outlet
5.	Kedai Kopi Kulo	4 Outlet
6.	J.CO Donuts & Coffee	8 Outlet
7.	Kopi Kenangan	26 Outlet
8.	Starbucks	29 Outlet
9.	Excelso	30 Outlet
10.	Kopi Janji Jiwa	43 Outlet
11.	Point Coffee	47 Outlet

Sumber: Data Olahan (2023)

Jawa Timur menjadi salah satu diantara daerah dengan perkembangan *Coffee shop* yang cukup pesat. Menurut data Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur, cafe mengalami peningkatan hingga 16-18% tiap tahun yang dikarenakan perubahan gaya hidup masyarakat (Widiarti, 2019). Di Surabaya pertumbuhan *Coffee Shop* mencapai angka 15-20 persen pada akhir 2019 (gobiz.co.id, 2020). Berdasarkan data tersebut memperlihatkan tingginya minat mahasiswa Surabaya pada *Coffee Shop* demi memenuhi kebutuhan gaya hidupnya.

Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya dapat menjadi perwakilan komunitas Muslim dikarenakan mahasiswanya mayoritas beragama Islam dan menjadi konsumen *Coffee Shop*. Masyarakat kritis jika dilihat dari kemampuannya mengelola informasi merupakan masyarakat yang pandai memilah barang untuk dikonsumsi (Widodo, 2015). Oleh karena itu, berdasarkan variable tersebut, mahasiswa Universitas Negeri Surabaya yang beragama Islam dipilih menjadi sampel sebagai perwakilan konsumen muslim *coffee shop* di Surabaya.

Dari uraian di atas terlihat jelas adanya fenomena tersebut menyebabkan ketertarikan peneliti untuk meneliti Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian pada *Coffee Shop* (Studi Kasus Mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya).

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya pada *Coffee Shop*?
2. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya pada *Coffee Shop*?
3. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya pada *Coffee Shop*?
4. Bagaimana pengaruh gaya hidup, label halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya pada *Coffee Shop*?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya pada *Coffee Shop*.
2. Menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya pada *Coffee Shop*.
3. Menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian Islam mahasiswa Universitas Negeri Surabaya pada *Coffee Shop*.
4. Menganalisis pengaruh gaya hidup, label halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya pada *Coffee Shop*.

METODE PENELITIAN

Bagian ini berisi pernyataan metode penelitian yang digunakan, apakah penelitian kuantitatif atau penelitian kualitatif, atau kombinasi keduanya. Selanjutnya berisi data dan teknik sampling, waktu dan tempat penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan. Untuk penelitian kuantitatif disebutkan juga definisi variabel dan hipotesis penelitian.

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif deskriptif. Dalam memperoleh data, bersumber melalui 2 jenis yaitu, data primer dan data sekunder. Populasi penelitian ini yakni Mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya yang belum diketahui jumlahnya. Penelitian ini memanfaatkan teknik sampel *nonprobability sampling* dengan teknik sampling *Purposive Sampling* guna mendapatkan sampel sesuai kriteria penelitian (Sugiyono, 2014).

Dikarenakan total populasi tidak diketahui secara pasti, maka memanfaatkan teori (Hair et al., 2010) guna mendapatkan jumlah sampel yang digunakan. Dengan asumsi $n \times 5$ *observed variable* (indikator) sampai dengan $n \times 10$ *observed variable* (indikator). Sehingga jumlah indikator sebanyak 16 buah dikali 5 ($16 \times 5 = 80$). Sehingga, didapatkan jumlah sampel sebesar 80 Mahasiswa Islam yang berasal dari Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini dilakukan di pada mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, baik UNESA Ketintang maupun UNESA Lidah Wetan.

Definisi Variabel

Gaya Hidup

Menurut (Kotler & Keller, 2009) gaya hidup yaitu cara hidup yang terlihat dari minat, kebiasaan serta opini mereka. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan kegiatan individu dengan lingkungannya. Gaya hidup mengacu pada pola hidup konsumen, meliputi kegiatan setiap hari serta kebiasaan maupun opini konsumen.

Label Halal

Label halal yakni sebuah keterangan berlogo halal yang terdapat disebuah produk yang berarti produk tersebut sudah halal untuk dikonsumsi atau digunakan berdasarkan syari'at Islam yang sudah diuji dan disetujui oleh MUI. Label halal merupakan salah satu perizinan dari BPOM untuk menyantumkan kata "HALAL" pada packaging produk yang dikeluarkan oleh BPOM berdasarkan keputusan dari MUI berbentuk sertifikat MUI yang berwenang untuk menguji kehalalannya melalui pemeriksaan LPPOM MUI.

Kesadaran Halal

Kesadaran halal menurut (Ahmad et al., 2013) ditentukan oleh pengetahuan seorang muslim mengenai arti halal, pemahamannya tentang metode penyembelihan yang tepat, serta prioritas makanan halal untuk dinikmati. Pengetahuan mengenai tata cara pembuatan makanan yang beragam, termasuk penyembelihan daging, pengemasan, bahan, dan kebersihan makanan yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam, merupakan tanda kesadaran halal dalam diri seorang muslim.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut (Kotler & Keller, 2009) mendefinisikan pembelian sebagai proses pengambilan keputusan ketika akan melakukan pembelian. Individu terlibat langsung dalam perolehan dan penggunaan barang yang ada dianggap sebagai pengambilan keputusan. Dalam pengambilan keputusan konsumen melalui tahapan mulai pengenalan, permasalahan, pencarian informasi, evaluasi, keputusan hingga perilaku setelah pembelian.

Hipotesis

1. Gaya Hidup (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *Coffee Shop*.

2. Label Halal (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *Coffee Shop*.
3. Kesadaran (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *Coffee Shop*.
4. Gaya Hidup (X1), Label Halal (X2) dan Kesadaran (X3) secara bersama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *Coffee Shop*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data diperoleh dari jawaban yang diajukan dalam bentuk kuisioner yang sudah disebarakan secara *online*. Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya yang Beragama Islam dan pernah bahkan sering mengunjungi *Coffee Shop*. Berdasarkan perhitungan sampel yang telah dilakukan, jumlah responden tersebut sesuai dengan sampel yang dibutuhkan yakni sejumlah 80 responden, sehingga dengan jumlah 80 responden tersebut telah memenuhi syarat dan dapat diolah.

Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas dilakukan dengan 30 data untuk menguji valid tidaknya item pertanyaan pada setiap variabel. Hasil uji validitas instrumen penelitian menggunakan SPSS 26 menunjukkan bahwa hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,361) maka instrumen pernyataan dinyatakan valid, jika tidak valid maka item pertanyaan tersebut dihapus. Pada item pernyataan gaya hidup, label halal, kesadaran halal, keputusan pembelian diperoleh nilai *pearson spearman* atau *r*-hitung lebih besar dari *r*-tabel 0,05 sehingga semua item pertanyaan pada penelitian ini dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas pada variabel gaya hidup, label halal, kesadaran halal, keputusan pembelian menggunakan nilai *cronbach's alpha* diperoleh nilai *cronbach's alpha* di atas 0,60. Nilai *cronbach's alpha* untuk variabel gaya hidup sebesar 0,827, variabel label halal sebesar 0,851, variabel kesadaran halal sebesar 0,750, dan variabel keputusan pembelian sebesar 0,853. Artinya, data yang diberikan oleh responden telah memenuhi kriteria dan reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas membuktikan data berdistribusi normal. Berdasarkan uji statistik dengan uji Kolmogorov - Smirnov (K-S) diperoleh nilai sebesar 0,200 > 0,05 sehingga data residual berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolenieritas

Hasil uji multikolinieritas dikatakan tidak mengalami gejala multikolinieritas jika nilai VIF ≤ 10 dan nilai *tolerance* $\geq 0,10$. Nilai *tolerance* dengan perincian berikut: variabel gaya hidup 0,828; variabel label halal 0,853; variabel kesadaran halal 0,524, dan nilai VIF dengan perincian berikut: variabel gaya hidup 1,207; variabel label halal 1,714; variabel kesadaran halal 1,909. Nilai VIF dan *tolerance* pada semua variabel

bebas dalam penelitian ini sebesar $\leq 0,10$ dan ≥ 10 . Berdasarkan nilai tersebut maka tidak ada gejala multikolinearitas pada model regresi.

Hasil Uji Heterokedastitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *normal probability plot* diperoleh data menyebar di daerah yang tidak jauh dari garis diagonal dan searah dengan grafik diagonal atau grafik histogramnya. Hal itu dapat diartikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.801	3.658		1.313	.193		
	GAYA HIDUP(X1)	.752	.096	.581	7.802	.000	.828	1.207
	LABEL HALAL(X2)	-.051	.102	-.044	-.498	.620	.583	1.714
	KESADARAN HALAL(X3)	.598	.141	.397	4.243	.000	.524	1.909

a. Dependen Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)

Sumber: Output SPSS

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji-t) pada Tabel 3, variabel gaya hidup dan kesadaran halal memengaruhi dengan signifikan positif terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* dengan nilai beta 0,752 dan 0,598. Berdasarkan tabel 3, dapat disusun persamaan regresi (1).

$$Y = 0,752 + 0,598 + e \dots\dots\dots (1)$$

Hasil Statistik Uji t

Nilai probabilitas t hitung variabel bebas dengan rincian berikut: variabel gaya hidup sebesar 1,313 dengan nilai signifikansi $0,193 < 0,05$; variabel label halal sebesar -0,498 dengan nilai signifikansi $0,620 > 0,05$; dan variabel kesadaran halal sebesar 4,243 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat ditunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan kesadaran halal yang memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Variabel lainnya yaitu label halal tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil Statistik Uji f

Nilai probabilitas F hitung sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) dan nilai F hitung sebesar 47,287 lebih besar dari nilai F tabel 3,11 ($47,282 > 3,11$) sehingga semua variabel bebas yaitu gaya hidup, label halal, kesadaran halal secara bersamaan memengaruhi keputusan pembelian.

Hasil Uji Determinasi (R^2)

Pengujian menggunakan metode *Adjusted R Square* menunjukkan besaran ukuran variabel independen bisa menjelaskan variabel dependennya. Uji ini menunjukkan nilai sebesar 0,637 yang berarti variabel independen memiliki kemampuan dalam menjelaskan variabel dependen sebanyak 65,1% dan 34,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Pembahasan

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian

Pembelian responden secara signifikan dipengaruhi oleh gaya hidup mereka. Akan tetapi sebagai mahasiswa muslim juga wajib menjalani gaya hidup yang Islami. Menurut (Naqiah et al., 2019) gaya hidup Islami memiliki dasar yang pasti dan kuat, yakni Tauhid. Sudah menjadi keharusan seorang muslim untuk bergaya hidup Islami selama menjalani kehidupan. Oleh karena itu, sebagai mahasiswa Muslim wajib memiliki landasan yang pasti sebagai muslim yakni landasan Tauhid. Dalam Surat Al-A'raf ayat 31 dijelaskan bahwa kebutuhan hidup yang hakiki harus dipenuhi secara wajar agar kehidupan dapat berjalan dengan baik. Namun, jika kebutuhan dasar hidup dipenuhi secara berlebihan, tentu akan berdampak sebaliknya bagi manusia. Akan banyak dampak negatif akibat kemewahan, antara lain egoisme, mementingkan diri sendiri, pemanjaan diri, menghambur-hamburkan harta untuk hal-hal yang tidak perlu, yang dapat merugikan diri sendiri dan menimbulkan perbuatan buruk, tidak layak. Dibenci oleh Allah SWT.

Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian

Label halal pada *Coffee Shop* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena ini kembali lagi pada sudut pandang bahwa minuman yang berbasis kopi semuanya merupakan minuman yang terjamin kehalalannya dikarenakan kopi merupakan hasil alam. Padahal kenyataannya produk-produk *Coffee Shop* belum tentu terjamin kehalalannya jika belum mendapatkan label halal langsung dari MUI, karena saat ini produk *Coffee Shop* sudah banyak yang telah diolah dengan campuran rasa dan pemanis, jika campuran rasa-rasa dan pemanis tersebut tidak memiliki label halal secara tidak langsung produk tersebut belum bisa dijamin kehalalannya dan terdapat *Gharar* dalam produk tersebut.

Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian

Kesadaran halal berdampak pada keputusan pembelian. Bisnis makanan dan minuman halal terus memainkan peran penting dalam sistem pangan dunia saat ini. Selain itu, karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, makanan halal didefinisikan oleh mereka sebagai produk yang telah melalui proses pelabelan halal. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa salah satu unsur penting yang memengaruhi keputusan individu dalam pembelian makanan yakni tingkat kesadaran halalnya. Kemungkinan konsumen akan memutuskan untuk membeli produk yang diinginkan meningkat dengan lebih banyak informasi mengenai produk terkait.

Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian

Gaya hidup, label halal, kesadaran halal secara simultan bernilai positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa dalam proses pengambilan keputusan melibatkan ketiga variabel tersebut, dimana variabel gaya hidup, label halal, kesadaran halal bisa menjadi dasar mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya untuk melaksanakan pengambilan keputusan dalam pembelian pada *Coffee Shop* yang ada di Kota Surabaya. Temuan ini sejalan dengan teori (Kotler & Keller, 2009), yang menyatakan bahwa keputusan pembelian didorong oleh perilaku termasuk factor budaya, sosial serta factor psikologi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin tinggi gaya hidup, keputusan pembelian mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya pada *Coffee Shop* yang ada di Kota Surabaya juga meningkat.
2. Secara parsial variabel label halal tidak memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini berarti ada atau tidak tercantumnya label halal pada suatu *Coffee Shop* maka tidak memiliki pengaruh pada keputusan pembelian mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya pada *Coffee Shop* yang ada di Kota Surabaya.
3. Secara parsial variabel kesadaran halal memiliki pengaruh atau arah yang positif terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini berarti apabila ada peningkatan kesadaran halal bagi responden semakin berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya pada *Coffee Shop* yang ada di Kota Surabaya.
4. Secara simultan variabel gaya hidup, variabel label halal, dan variabel kesadaran halal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Islam Universitas Negeri Surabaya pada *Coffee Shop* yang ada di Kota Surabaya.

Dalam melakukan penelitian selanjutnya peneliti berharap melakukan penelitian dengan cara observasi dan wawancara terkait pertimbangan ketika akan melakukan keputusan untuk membeli makanan halal. Serta dapat memperluas sampel yang digunakan. Kepada mahasiswa muslim khususnya mahasiswa muslim Universitas Negeri Surabaya lebih pertimbangkan untuk memilih *Coffee Shop* yang telah memiliki label halal karena telah terjamin kehalalannya dan lebih banyak cari informasi untuk mengetahui *Coffee Shop* mana saja yang telah memiliki label halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. A., Abaidah, T. N. T., & Yahya, M. H. A. (2013). A study on halal food awareness among Muslim customers in Klang. *4th International conference on Business and Economic Research*, 1073–1087.
- gobiz.co.id. (2020). *Tumbuh 20%, Berikut Tren Bisnis Kuliner di Surabaya*. gobiz. <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/bisnis-kuliner-surabaya/>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (Seventh Edition)* (7 ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (B. Sabran (ed.)). Erlangga.
- Naqiah, Z., Itang, & Sunardi, D. (2019). Perspektif Islam Tentang Pengaruh Kepribadian Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Uin Banten*, 20(2), 185.
- Rohmadi. (2020). *D'Jombang Cafe, Sensasi Ngopi di Paris*. Times Indonesia. <https://timesindonesia.co.id/gaya-hidup/310274/djombang-cafe-sensasi-ngopi-di-paris>
- Widiarti, P. (2019). *Pertumbuhan Kafe Berbasis Kopi Jatim Mencapai 18 Persen Setahun*. Bisnis.com. <https://surabaya.bisnis.com/read/20191001/531/1154444/pertumbuhan-kafe-berbasis-kopi-jatim-mencapai-18-persen-setahun>
- Widodo, T. (2015). *PENGARUH LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK INDOMIE (Studi Kasus Mahasiswa universitas Muhammadiyah Surakarta)*.