



## Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Food and Beverage di Kawasan Petak Enam Jakarta Barat

Ega Bernoldi<sup>1\*</sup>, Rendy Sarudin<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Universitas Bunda Mulia, Indonesia.

Corresponding author email: [egabernoldi71@gmail.com](mailto:egabernoldi71@gmail.com)

### Article Info

#### Article history:

Received June 15, 2024

Approved September 05, 2024

#### Keywords:

*Halal Label, Purchase Interest, Food and Beverages, Petak 6*

#### ABSTRACT

*This research has a problem formulation analyzing the relationship between the Halal Label and Purchase Interest in Petak Enam area West Jakarta. Likewise, to find out the influence of the Halal Label on Purchase Interest in food and beverage products in Petak Enam area West Jakarta. This research was conducted using a quantitative method by distributed questionnaires via Google Form which were distributed to 100 respondents who had visited or were currently visiting Petak Enam area West Jakarta. The result of this study can be seen that (1) Halal Label has a significant Influence on Purchase Interest at Petak Enam area West Jakarta. This can be proven from the result of the T test Count > T<sub>Table</sub> of 3.935 > 1.290 (2) from the simple linear regression value the significance value of 0.001 < 0.05 (3) form R Square has a value 0.579 states the effect of the variable 57.9% and 42.1% is influenced by other variables that are not examined.*

#### ABSTRAK

Penelitian ini memiliki rumusan masalah menganalisis hubungan antara Label Halal terhadap Minat Beli di kawasan Petak Enam Jakarta Barat. Demikian juga untuk mengetahui pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli produk food and beverage di kawasan Petak Enam Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner melalui Google Form yang disebarakan kepada 100 responden yang pernah atau sedang mengunjungi kawasan Petak Enam Jakarta Barat. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa : (1) Label Halal memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli di kawasan Petak Enam Jakarta Barat. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil Uji  $T_{Hitung} > T_{Tabel}$  sebesar 3.935 > 1.290 (2) dari nilai Uji Regresi Linear Sederhana mendapatkan signifikansi sebesar 0.001 < 0.05 (3) dari R Square mendapatkan nilai sebesar 0.579 yang menyatakan berpengaruh sebesar 57.9% dan sisanya sebesar 42.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Copyright © 2024, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Ega Bernoldi, E., Rendy Sarudin, R. (2024) Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Food and Beverage di Kawasan Petak Enam Jakarta Barat. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(3), 1976–1986. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i3.2978>

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan Hasrat manusia untuk bepergian dari lokasi tinggalnya ke lokasi lain, dipicu oleh rasa ingin tahu untuk menikmati atau mengalami langsung pesona suatu destinasi wisata. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ketut Mahardika yang berjudul “Strategi Pengembangan Pariwisata melalui Komponen 4A Pada Desa Buahian, Payangan, Gianyar, Bali (2023) menjelaskan bahwa ada 4 unsur kegiatan pariwisata yaitu Atraksi, yakni terdapat beberapa hal-hal yang menarik perhatian para wisatawan. Aksesibilitas seperti jalur untuk menuju tempat wisata tersebut. Amenitas seperti fasilitas yang disediakan di tempat wisata tersebut. Fasilitas pendukung yang melengkapi fasilitas utama yang sudah ada.

Berdasarkan laporan *The State Global Islamic Economy Report*, dapat disimpulkan bahwa muslim di seluruh dunia menghabiskan US\$2 triliun pada tahun 2022 untuk makanan, obat-obatan, kosmetik, busana, perjalanan dan media. Pada tahun 2025, pertumbuhan ini diperkirakan akan mencapai US\$2,8 triliun yang berarti akan meningkat sebesar 7,5%. Berdasarkan laporan terbaru *Global Muslim Travel Index (GMTI) 2023*, jumlah kedatangan wisatawan muslim diperkirakan akan mencapai 230 juta orang pada tahun 2028 yang diprediksi sebanyak 31% dari 230 juta wisatawan muslim itu berwisata ke wilayah asia.

Pada tahun 2023, Indonesia mendapatkan peringkat pertama sebagai “*Best Halal Tourism In The World*” bersaing dengan 140 negara lain versi Global Muslim Travel Index (GMTI). Prestasi ini disebabkan oleh lima lokasi wisata halal di Indonesia yang tercatat dalam Indeks Wisata Muslim Indonesia (IMTI). di antaranya adalah Jakarta. Dari data yang terbaru pada tahun 2023, Indonesia merupakan negara peringkat 1 jumlah populasi muslim terbanyak di dunia yaitu sebanyak 240,62 juta jiwa. Dengan demikian bahwa, pariwisata di Indonesia ini bermayoritas wisatawannya yang beragama Muslim. *Muslim Friendly Tourism* merupakan sebuah konsep pariwisata yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan khusus wisatawan Muslim yang mencakup berbagai aspek pelayanan dan fasilitas yang sesuai dengan prinsip dan tuntunan Islam seperti makanan Halal, fasilitas ibadah, akomodasi yang memahami nilai-nilai norma Islam, informasi dan juga edukasi. Jika berfokus kepada sektor *Food and Beverages*, ada sebuah tempat wisata kuliner yang terkenal di daerah Jakarta Barat. Dapat diketahui bahwa daerah Jakarta Barat adalah penduduk Non Muslim terbanyak dari Jakarta lainnya sehingga sangat cocok diterapkannya *Muslim Friendly Tourism*.

Salah satu contohnya yaitu kawasan Petak Enam yang terletak di Pancoran, Glodok, Taman Sari, Jakarta Barat. Petak Enam beroperasi pada pukul 10.00 – 21.00 WIB untuk weekdays dan 07.30 – 21.00 untuk weekends. Petak Enam ini berdiri pada tahun 2019 yang dulunya adalah lahan parkir gedung Chandra. Petak Enam merupakan sebuah wisata kuliner yang hits di daerah Jakarta Utara yang bersaing dengan tempat wisata kuliner lainnya. Fasilitas yang disediakan di Petak Enam ini yaitu banyak sekali tenant-tenant makanan dan minuman dari yang Halal dan Non Halal dengan kisaran harga mulai dari Rp5.000 sampai ratusan ribu rupiah, Toilet, Tempat duduk yang banyak, lahan Parkir. Petak Enam sering kali mengadakan berbagai acara di dalamnya seperti Live Music, Nobar, Donor darah dan pentas seni Tionghoa.

Menurut Yuswohady (2015) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluwarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sido Muncul” Mengungkapkan bahwa label halal merupakan jaminan yang diberikan oleh lembaga yang memiliki kewenangan, seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, untuk menegaskan bahwa produk telah melewati uji kehalalan sesuai dengan prinsip syariah Islam. Menurut Kotler and Keller (2023) minat beli merupakan kecenderungan individu dalam

memilih dan membeli produk tertentu, yang dipengaruhi oleh pengalaman, keyakinan, dan mutu produk tersebut.

Fenomena yang terjadi adalah Petak Enam ini terletak di daerah yang memang mayoritas penduduknya keturunan Chinese yang dimana makanan dan minuman yang dijual disana mayoritas Non Halal. Bagi etnis tertentu, akan berfikir dua kali untuk datang ingin menikmati makanan dan minuman yang ada disana. Dengan adanya Petak Enam ini, akan membuka prespektif bahwa di daerah yang bermayoritas keturunan Chinese ini, Semua orang atau semua kalangan bisa kesana dan akan merasa aman terhadap produk-produk makanan dan minumannya karena di Petak enam ini terdapat makanan dan minuman yang Halal dan juga yang Non Halal. Pada saat ini pun, pemerintah juga sedang gencar-gencarnya untuk mensertifikasi halal makanan dan minuman yang dijual oleh pelaku usaha (UMKM) dengan pemberian satu juta sertifikasi halal gratis.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian kuantitatif merupakan Suatu pendekatan penelitian yang berakar pada filsafat positivisme, digunakan untuk menginvestigasi populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data melalui instrumen penelitian, menganalisis data secara kuantitatif atau statistik, dengan maksud untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Menurut Sugiyono (2018) populasi merupakan Daerah umum penggalian penelitian yang mencakup entitas atau subjek yang memiliki atribut dan sifat khusus yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diselidiki dan kemudian diambil kesimpulan dari hasilnya. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah para pengunjung kawasan Petak Enam Jakarta Barat yang diberikan oleh pihak pengelola kawasan Petak Enam Jakarta Barat, berikut data pengunjung yang disajikan dari bulan 1 Juli 2023 hingga 31 Desember 2023 ada 306.783 pengunjung yang berkunjung ke kawasan Petak Enam Jakarta Barat.

Menurut Sugiyono (2018) sampel merupakan bagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Berdasarkan perhitungan data menggunakan rumus Slovin, menghasilkan hasil akhir sebesar 99,96 yang dimana jika dibulatkan menjadi 100 responden sudah dapat mewakili hasil dari penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

**Tabel 1. Uji Validitas Variabel Label Halal**

Variabel X (Label Halal)				
No	Item	Pearson Correlation	R Tabel (N-2=98)	Keterangan
1	X1.1	0.487	0.1654	VALID
2	X1.2	0.486	0.1654	VALID
3	X1.3	0.428	0.1654	VALID
4	X1.4	0.452	0.1654	VALID

<b>Variabel X (Label Halal)</b>				
<b>No</b>	<b>Item</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>R Tabel (N-2=98)</b>	<b>Keterangan</b>
5	X1.5	0.493	0.1654	VALID
6	X1.6	0.439	0.1654	VALID
7	X1.7	0.399	0.1654	VALID
8	X1.8	0.410	0.1654	VALID
9	X1.9	0.394	0.1654	VALID
10	X1.10	0.468	0.1654	VALID
11	X1.11	0.460	0.1654	VALID
12	X1.12	0.358	0.1654	VALID
13	X1.13	0.440	0.1654	VALID
14	X1.14	0.392	0.1654	VALID
15	X1.15	0.323	0.1654	VALID

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan pada variabel X (Label Halal) memperlihatkan semua item pernyataan yang terdapat pada tabel bersifat valid. Pada setiap indikator pernyataan  $R_{Hitung}$  lebih besar daripada  $R_{Tabel}$  maka bisa dinyatakan bahwa seluruh pernyataan dikatakan valid. Nilai pearson rata-rata dari 15 pernyataan ( $R_{Hitung}$ ) adalah 0.428 yang dimana lebih besar daripada  $R_{Tabel}$  yaitu 0.1654.

**Tabel. 2 Uji Validitas Variabel Minat Beli**

<b>Variabel Y (Minat Beli)</b>				
<b>No</b>	<b>Item</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>R Tabel (N-2=98)</b>	<b>Keterangan</b>
1	Y1.1	0.482	0.1654	VALID
2	Y1.2	0.308	0.1654	VALID
3	Y1.3	0.366	0.1654	VALID
4	Y1.4	0.308	0.1654	VALID
5	Y1.5	0.459	0.1654	VALID
6	Y1.6	0.361	0.1654	VALID
7	Y1.7	0.349	0.1654	VALID
8	Y1.8	0.508	0.1654	VALID

<b>Variabel Y (Minat Beli)</b>				
<b>No</b>	<b>Item</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>R Tabel (N-2=98)</b>	<b>Keterangan</b>
9	Y1.9	0.406	0.1654	VALID
10	Y1.10	0.394	0.1654	VALID
11	Y1.11	0.295	0.1654	VALID
12	Y1.12	0.390	0.1654	VALID
13	Y1.13	0.355	0.1654	VALID
14	Y1.14	0.331	0.1654	VALID
15	Y1.15	0.313	0.1654	VALID
16	Y1.16	0.525	0.1654	VALID
17	Y1.17	0.341	0.1654	VALID
18	Y1.18	0.380	0.1654	VALID
19	Y1.19	0.305	0.1654	VALID
20	Y1.20	0.346	0.1654	VALID

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan pada variabel Y (Minat Beli) memperlihatkan semua item pernyataan yang terdapat pada tabel bersifat valid. Pada setiap indikator pernyataan  $R_{Hitung}$  lebih besar daripada  $R_{Tabel}$  maka bisa dinyatakan bahwa seluruh pernyataan dikatakan valid. Nilai pearson rata-rata dari 20 pernyataan ( $R_{Hitung}$ ) adalah 0.373 yang lebih besar daripada  $R_{Tabel}$  yaitu 0.1654.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 3. Uji Reabilitas Label Halal**

<b>Reability Statistics</b>	
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
.680	15

Hasil dari uji reabilitas pada variabel (X) Label Halal yang dilihat dari Cronnach's Alpha pada variabel ini lebih tinggi daripada 0.60 yaitu 0.680 yang berarti nilai yang dihasilkan terbukti reabel.

**Tabel 4. Uji Reabilitas Minat Beli**

<b>Reability Statistics</b>	
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
.681	20

Hasil dari uji reabilitas pada variabel (Y) Minat Beli yang dilihat dari Cronnach's Alpha pada variabel ini lebih tinggi daripada 0.60 yaitu 0.681 yang berarti nilai yang dihasilkan terbukti reabel.

### Uji Analisis Statitik Deskriptif Mean

**Tabel 5. Rata-rata Mean Variabel Label Halal**

<b>Dimensi</b>	<b>Mean Dimensi</b>
<b>Pengetahuan (Tertinggi)</b>	4.486 (Sangat Tinggi)
<b>Kepercayaan (Terendah)</b>	4.428 (Sangat Tinggi)

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 4.7 diatas, dapat dipastikan bahwa dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner ini telah setuju bahwa Pengetahuan merupakan dimensi yang paling berpengaruh yaitu sebesar 4.486 (sangat tinggi) pada variabel X (Label Halal). Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung yang datang ke kawasan Petak Enam mempunyai pengetahuan yang kuat mengenai informasi tentang Label Halal.

**Tabel 6. Rata-rata Mean Variabel Minat Beli**

<b>Dimensi</b>	<b>Mean Dimensi</b>
<b>Desire (Tertinggi)</b>	4.516 (Sangat Tinggi)
<b>Action (Terendah)</b>	4.470 (Sangat Tinggi)

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 4.12 diatas, dapat dipastikan bahwa dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner ini telah setuju bahwa Desire merupakan dimensi yang paling berpengaruh yaitu sebesar 4.516 (sangat tinggi) pada variabel Y (Minat Beli). Para pelanggan mempunyai hasrat atau kemauan yang kuat untuk datang dan membeli produk makanan dan minuman yang ada di kawasan Petak Enam.

### Uji Normalitas

**Tabel 7. Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		<b>Unstandardized Residual</b>
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation.	2.80708165
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.059



**Uji Heterokedastisitas****Tabel 9. Uji Heterokedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	42.830	19.264		2.223	.028
	LNX	-9.643	4.561	-.209	-2.114	.237

a. Dependent variable: Absres

Berdasarkan hasil dari uji heterokedastisitas yang telah dilakukan melalui SPSS, menunjukkan bahwa variabel X (Label Halal) 0.237 Yang artinya data sudah terbebas dari gejala heterokedastisitas karena lebih besar daripada  $>0.05$ .

**Uji Analisis Linier Sederhana****Tabel 10. Uji Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	62.600	7.275		8.604	<,001
	totalX1	.419	.106	.369	3.935	<,001

a. Dependent variable: totalY1

Berdasarkan hasil dari uji regresi linear sederhana yang telah dilakukan melalui SPSS, didapatkan hasil bahwa nilai konstanta sebesar 62.6, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh terhadap variabel X dan Y positif yang dimana setiap adanya peningkatan sebesar 1% pada variabel X akan meningkat variabel Y sebesar 0.419.

**Uji T****Tabel 11. Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	62.600	7.275		8.604	<,001
	totalX1	.419	.106	.369	3.935	<,001

a. Dependent variable: totalY1

Berdasarkan hasil dari uji regresi linear sederhana yang telah dilakukan melalui SPSS, didapatkan hasil bahwa signifikansi menunjukkan angka  $<0.001$ , maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli karena nilai signifikansi  $<0.05$ .

## Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 <sup>a</sup>	.579	.575	1.586

a. Predictors: (Constant), Label\_Halal

b. Dependent Variable: Minat Beli

Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang telah dilakukan melalui SPSS, didapatkan hasil bahwa 0.579 yang dimana angkanya  $>0.05$ . dapat disimpulkan Bahwa variabel independen memiliki dampak sebesar 57.9% terhadap variabel dependen, sementara sisanya sebesar 42.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari setiap pengujian data yang dilakukan dan data yang diambil dari total 100 responden melalui metode kuesioner yang diolah menggunakan SPSS, menunjukkan bahwa:

Nilai *mean* tertinggi pada variabel (X) Label Halal terlihat pada dimensi Pengetahuan dengan rata-rata sebesar 4.486 (sangat tinggi). ini menunjukkan bahwa Pengetahuan memiliki pengaruh yang paling signifikan diantara dimensi lainnya. Mayoritas responden yang berkunjung ke kawasan Petak Enam mempunyai pengetahuan yang baik mengenai Label Halal. Sementara itu nilai *mean* terendah pada variabel Label Halal terletak pada dimensi Kepercayaan. Dimensi Kepercayaan tetap juga berpengaruh terhadap minat beli pengunjung dengan nilai *mean* sebesar 4.428 (sangat tinggi). Kepercayaan mendapatkan nilai terendah dikarenakan pengunjung yang berkunjung ke Petak Enam masih kurang percaya dengan tenant-tenant yang tidak ber Label Halal.

Nilai *mean* tertinggi pada variabel (Y) Minat Beli terdapat pada dimensi *Desire* dengan nilai *mean* sebesar 4.516 (sangat tinggi) hal ini bisa terjadi karena para pengunjung yang berkunjung ke Petak Enam memiliki keinginan atau hasrat yang tinggi untuk berkunjung ke kawasan Petak Enam. Sementara itu nilai terendah terdapat pada dimensi *Action* dengan nilai rata-rata *mean* sebesar 4.470 (sangat tinggi).

Berdasarkan hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas, Setiap instrumen yang terdapat dalam setiap variabel dianggap valid dan dapat reabel karena, dari uji validitas menghasilkan nilai rata-rata keseluruhan di atas nilai r tabel (0.1654), menunjukkan hasil yang dapat dipercaya dan valid. Dari uji reabilitas, menghasilkan nilai *conbarch* alpha  $> 0,60$  yang dapat disimpulkan bahwa seluruh data mendapatkan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan.

Hasil dari Uji Koefisien Determinasi menunjukkan hasil yang positif. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen berkontribusi secara signifikan terhadap pengaruh bersama terhadap variabel dependen sebesar 0.579 yang dimana angka tersebut melebihi 0.05, yang menandakan bahwa variabel independen (Label Halal) memberikan pengaruh sebesar 57.9% terhadap variabel dependen (Minat Beli) dan sisanya sebesar 42.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti.

Hasil dari Uji T menunjukkan hasil bahwa signifikansi menunjukkan angka  $<0.001$ , maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli karena nilai signifikansi  $<0.05$ .

## Saran

Dari kesimpulan yang didapatkan melalui penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran kepada kawasan Petak Enam:

Dengan tingginya nilai *mean* yang dimiliki oleh dimensi variabel (X) Label Halal yaitu Pengetahuan dengan nilai 4.486 (sangat tinggi) maka hal tersebut harus dipertahankan. Selain dengan adanya pengetahuan yang baik oleh pengunjung yang berkunjung ke Petak Enam. Sementara itu nilai *mean* yang terendah pada variabel (X) Label Halal yaitu dimensi Kepercayaan dengan nilai *mean* 4.428 (sangat tinggi). Jika kepercayaan pengunjung tentang Label Halal yang ada di kawasan Petak Enam bisa ditingkatkan lagi, maka pengunjung kawasan Petak Enam akan lebih ramai pengunjung dan juga kawasan Petak Enam akan lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas. Pihak pengelola bisa melakukan peningkatan *awarness* seperti memberi label di setiap tenant-tenant yang sudah bersertifikasi halal/label halal agar para pengunjung khususnya yang Muslim tidak bingung untuk membeli produk makanan dan minuman yang ada di Petak Enam.

Dengan tingginya nilai *mean* yang dimiliki oleh dimensi variabel (Y) Minat Beli yaitu *Desire* dengan nilai *mean* sebesar 4.516 (sangat tinggi), pihak pengelola harus bisa mempertahankan pelanggan atau pengunjungnya untuk tetap mempunyai hasrat atau keinginan yang baik untuk datang ke kawasan Petak Enam, yang bisa dilakukan oleh pihak pengelola adalah memperbanyak event-event acara yang diadakan di Petak Enam untuk menarik perhatian pengunjung loyal maupun pengunjung baru. Sementara itu nilai terendah terdapat pada dimensi (Y) Minat Beli yaitu *Action* dengan nilai *mean* sebesar 4.470 (sangat tinggi). Hal ini bisa dilakukan oleh pihak pengelola untuk meningkatkan pembelian produk makanan dan minuman dan juga untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang seperti memperbanyak tenant-tenant baru yang menarik dan mengadakan promo-promo yang menarik seperti diskon.

Hasil dari Uji Koefisien Determinasi sudah baik karena menunjukkan hasil yang positif dimana variabel independen berpengaruh secara bersama terhadap variabel dependen. Saran yang bisa diberikan adalah tetap dipertahankan hasil tersebut karena hasil tersebut mempunyai dampak yang positif terhadap pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli produk makanan dan minuman yang ada di kawasan Petak Enam.

Saran untuk manajemen atau pihak pengelola kawasan Petak Enam yaitu mempertahankan apa yang sudah menjadi kelebihan yang ada di kawasan Petak Enam seperti mempunyai fasilitas yang lengkap dan mempunyai variasi tenant makanan dan minuman yang beragam. Perbaiki juga apa yang perlu diperbaiki seperti peningkatan awareness mengenai penempelan label halal di setiap tenant yang menjual produk makanan dan minuman halal agar para pengunjung tidak bingung untuk membeli.

Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu diharap dapat mengembangkan kembali informasi mengenai Halal atau Labelisasi Halal di kawasan Petak Enam guna untuk meningkatkan minat beli.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Umar, A. U. A., Mustofa, M. T. L., Fitria, D., Jannah, A. M., & Arinta, Y. N. (2021). Pengaruh Label Halal dan Tanggal Kadaluaarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sidomuncul. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 641-647.
- Aling, F. A. N., Mahardika, K., Dewi, N. K. S., & Semadi, G. N. Y. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Melalui Komponen 4A Pada Desa Buahhan, Payangan, Gianyar, Bali. *MSJ: Majority Science Journal*, 1(1), 27-33.
- Aziz, M. L., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen, Periklanan, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen The Jungleground Adventure Theme Park. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 43-52.
- Diana, P., Suwena, I. K., & Wijaya, N. M. S. (2017). Peran Dan Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata Di Desa Mas Dan Desa Peliatan, Ubud. *Jurnal Analisis Pariwisata ISSN*, 1410, 3729.
- Hudiono, R. (2022). Pengaruh jenis kelamin dan usia terhadap kecenderungan berwisata selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 123-128.
- Ismayanti, M. (2021). Dasar-Dasar Pariwisata Sebuah Pengantar.
- Jumizar, M. N. (2019). *Sponsorship Dimoderasi Oleh Citra Merek Yang Berimplikasi Pada Minat Beli (Studi Pada Pengguna Gojek Wilayah Bandung)*. Nurjanah, N. N. (2020). *Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Suatu Survey Konsumen Mie Samyang Pada Borma Dago Di Kota Bandung) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia)*.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660-669.
- Persiapan Pengembangan Halal Tourism dan Muslim-Friendly di Indonesia. (2022), Maret Selasa).
- Sayuti, M. (2023, Juni 6). Indonesia Peringkat Pertama Destinasi Wisata Halal Terbaik Dunia.
- Seogiarto, A. (2018). Wisata Kuliner: Sebuah Kajian Teoritis. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(2), 145-156.
- Sinar, M. A. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERESEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MARKETPLACE LAZADA DI KOTA DENPASAR* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Sugiyono, Prof. Dr. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukarno, A., & Sarudin, R. (2023). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MUSLIM-FRIENDLY TOURISM IMPLEMENTATION ON THE DESTINATION IMAGE OF PETAK ENAM, WEST JAKARTA. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1952-1962.
- Wirawan, P. E., & Octaviany, V. (2022). *Pengantar Pariwisata*. Nilacakra.
- Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2018). Pengaruh harga, citra merek dan kualitas terhadap minat beli produk private label. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 87-96.