

**THE 10th ISLAMIC BANKING, ACCOUNTING AND FINANCE
INTERNATIONAL CONFERENCE 2022
(iBAF 2022)**

**Faktor Pemilihan Pengguna Muslim Terhadap Produk Berlogo Halal dan
Produk Muslim**

Nor Aina Mhd Khotib

Institut Pengurusan Halal, Pusat Pengajian Perniagaan Islam, Universiti Utara Malaysia,
06010 UUM, Sintok, Kedah

Tel: +604-928 6651 E-mail: nor.aina.khotib@uum.edu.my

Syarifah Md Yusof

Institut Pengurusan Halal, Pusat Pengajian Perniagaan Islam, Universiti Utara Malaysia,
06010 UUM, Sintok, Kedah

Tel: +604-928 6651 E-mail: syarifah@uum.edu.my

Abstrak

Pemilihan makanan halal merupakan aspek penting yang perlu diambil kira dalam kehidupan setiap pengguna Muslim. Justeru, kefahaman yang baik terhadap aspek-aspek pemilihan makanan diperlukan bagi memastikan umat Islam mengambil produk makanan yang mematuhi syariah. Berikutan kemunculan isu “Buy Muslim First” atau BMF, pengguna Muslim digalakkan untuk membeli produk keluaran Muslim. Walau bagaimanapun, kebanyakan produk keluaran Muslim tidak mempunyai logo halal. Oleh hal yang demikian, kajian ini dijalankan bagi mengenal pasti persepsi pengguna Muslim terhadap “produk berlogo halal” dan “produk Muslim” serta faktor penentu kepada pemilihannya. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Informan dipilih dalam kalangan pelajar Universiti Utara Malaysia iaitu seramai 22 orang pelajar. Reka bentuk kajian adalah kajian tinjauan yang menggunakan kaedah temu bual sebagai kaedah pengumpulan data. Temu bual dilaksanakan secara atas talian menggunakan platform Webex. Soalan temu bual melibatkan dua konstruk utama, iaitu persepsi dan penentu kepada pemilihan. Analisis kajian menggunakan analisis tematik. Hasil kajian menunjukkan bahawa informan mempunyai kesedaran yang baik terhadap produk berlogo halal kerana majoriti mereka akan memilih produk yang mempunyai logo halal berbanding produk Muslim. Hal ini menunjukkan bahawa isu “Buy Muslim First” tidak mempengaruhi pengguna Muslim terhadap keyakinan mereka kepada produk berlogo halal. Implikasi kajian ini adalah dapat membantu usahawan Muslim dalam meningkatkan kualiti perniagaan mereka seperti memohon pensijilan halal memandangkan hasil kajian menunjukkan pengguna lebih mementingkan produk yang mempunyai logo halal.

Keywords: Halal; Produk Muslim; Produk Halal; Pengguna Muslim

1. Pengenalan

Industri produk halal di Malaysia telah menunjukkan prestasi yang memberangsangkan. Ia tidak hanya fokus kepada produk pemakanan malah ia merangkumi penglibatan dalam pelbagai aspek termasuk kewangan Islam, produk gunaan, kosmetik, farmaseutikal, hospitaliti dan pelancongan (Yusoff et al., 2018). Kebanyakan pengguna terutama yang beragama Islam sedar akan kepentingan pemilihan produk yang halal. Kerajaan juga berusaha ke arah penyediaan makanan dan produk yang dijamin halal dengan mempergiatkan lagi usaha pensijilan halal dalam kalangan pengusaha.

Malaysia adalah negara multietnik yang terdiri daripada pelbagai bangsa dan agama. Walaupun majoriti rakyat Malaysia adalah Muslim, tetapi bidang pasaran produk telah dipelopori oleh bukan Muslim. Menurut laporan daripada akhbar KOSMO bertarikh 9 September 2019, data halal daripada Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) menunjukkan lebih 60 peratus syarikat dan pengeluar produk yang memperoleh sijil halal adalah syarikat multinasional yang dimiliki oleh orang bukan Islam. Hal ini demikian kerana mereka sedar akan kepentingan memiliki persijilan halal yang boleh membawa produk mereka jauh ke dalam industri. Selain itu, persijilan halal JAKIM juga memastikan produk tersebut bukan sahaja menggunakan bahan yang halal, malah terjamin kebersihannya tidak kira ia keluaran syarikat milik Muslim atau bukan Muslim.

Oleh yang demikian, penekanan kepada sesuatu yang halal itu penting kerana halal merangkumi kepada semua aspek termasuk kebersihan, kualiti dan keselamatan sesuatu produk. Oleh hal yang demikian, penekanan kepada

sesuatu yang halal itu penting kerana halal merangkumi beberapa aspek lain iaitu kebersihan, kualiti dan keselamatan sesuatu produk. Sehubungan dengan itu, kerajaan Malaysia sangat menggalakkan supaya setiap produk yang layak memohon sijil halal mempunyai sijil halal JAKIM kerana ia akan menjaga integriti halal tersebut di samping memberi keyakinan kepada pengguna dalam membuat pemilihan. Sehubungan dengan itu, kerajaan Malaysia sangamenggalakkan pengeluar memohon sijil halal bagi menjaga integriti halal, di samping memberi keyakinan kepada pengguna dalam membuat pemilihan.

Apabila munculnya isu “Buy Muslim First” atau BMF, sebagai seorang Muslim, pengguna juga digalakkan untuk membantu ekonomi umat Islam dengan membeli produk keluaran Muslim. Isu yang timbul adalah kebanyakan produk keluaran Muslim tidak mempunyai sijil halal JAKIM. Oleh hal yang demikian, sejauh manakah pengguna dapat mengenal pasti kepatuhan mereka terhadap konsep halal dalam penjualan seharian terutama dalam pembelian bahan mentah. Kajian yang dijalankan ini dapat mengenal pasti persepsi pengguna Muslim terhadap konsep “produk berlogo halal” dan konsep “produk Muslim” serta faktor penentu kepada pemilihan tersebut.

Produk yang mempunyai logo halal bermaksud ia mengikut standard halal yang ditetapkan oleh JAKIM. Tujuan persijilan halal juga adalah untuk memastikan setiap pengusaha mematuhi garis panduan halal yang telah ditetapkan seperti kebersihan premis, jumlah pekerja Muslim serta penggunaan bahan mentah yang dibenarkan. Produk atau premis yang mendapat sijil halal JAKIM akan dipantau oleh pihak berkuasa. Hal ini boleh mendorong pengusaha agar sentiasa berusaha untuk mematuhi segala syarat yang telah ditetapkan oleh JAKIM berbanding dengan premis atau pengusaha yang tidak memohon pensijilan halal JAKIM kerana tiada pemantauan dilaksanakan terhadap mereka dalam soal halal terutama dari segi pembelian bahan mentah.

Selain itu, keraguan juga timbul dalam kalangan peniaga Muslim yang berniaga di pasar malam, contohnya seperti penjualan makanan “yong tau fu” iaitu sejenis produk berasaskan surimi. Produk surimi mempunyai sumber bahan kritikal iaitu enzim transglutaminase yang boleh diperolehi daripada plasma darah. Penggunaannya adalah dilarang bagi umat Islam. Sebagai contoh, pengguna tidak mengetahui status halal produk surimi yang dijual di pasar malam oleh peniaga Muslim dan pengguna hanya beranggapan bahawa penjual tersebut membelinya dari sumber yang halal, tetapi sejauh manakah kepastian tersebut berbanding dengan produk surimi yang dijual di premis makanan yang mempunyai sijil halal JAKIM seperti “Seoul Garden” yang status kehalalannya lebih diyakini. Hal ini kerana apabila premis tersebut mendapat pensijilan halal, mereka wajib mematuhi segala syarat yang ditetapkan termasuk penggunaan bahan mentah yang halal. Jika dilihat dari segi keyakinan halal, produk surimi yang dijual di premis makanan “Seoul Garden” lebih diyakini halal. Walau bagaimanapun, premis tersebut adalah milik bukan Islam.

Oleh itu, daripada contoh senario yang diberikan di atas, yang manakah menjadi pilihan pengguna dalam pemilihan atau pembelian sesuatu produk? Adakah pengguna lebih mementingkan yang berlogo halal atau lebih mementingkan pembelian daripada pengusaha Muslim? Kajian ini dilaksanakan untuk menjawab objektif berikut: 1) mengenal pasti persepsi pengguna Muslim terhadap produk berlogo halal dan produk Muslim, dan 2) mengenal pasti faktor pemilihan pengguna Muslim terhadap produk berlogo halal dan produk Muslim.

2. Metodologi

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Reka bentuk kajian adalah kajian tinjauan. Kajian tinjauan merupakan kajian yang menghuraikan isu dan masalah dalam pelbagai perspektif terutamanya yang melibatkan pandangan, sikap, perasaan, tingkah laku serta pesepsi. Kaedah temu bual digunakan untuk proses pengumpulan data dan maklumat. Sampel kajian terdiri daripada pelajar Muslim di Universiti Utara Malaysia. Seramai 22 orang pelajar Muslim telah dipilih untuk sesi temu bual secara atas talian menggunakan platform Webex. Penyelidik memilih kaedah temu bual kerana kaedah ini dapat memperoleh maklumat dengan lebih terperinci.

Penyelidik menggunakan kaedah temu bual semi struktur yang membolehkan penyelidik menyoal dengan lebih mendalam terhadap sesuatu jawapan yang diberikan oleh informan. Terdapat dua kategori dalam soalan temu bual iaitu persepsi dan faktor pemilihan. Bagi kategori persepsi, terdapat dua soalan yang dibina iaitu persepsi terhadap produk berlogo halal dan produk Muslim serta persepsi terhadap isu “Buy Muslim First”. Bagi kategori faktor pemilihan, terdapat dua soalan yang dibina iaitu faktor pemilihan kepada produk berlogo halal dan produk Muslim serta faktor yang dititik beratkan dalam proses pembelian.

Teknik persampelan yang digunakan adalah persampelan bola salji (snow ball) iaitu informan kajian diminta untuk mencadangkan subjek lain yang mempunyai ciri-ciri yang sama (Piaw, 2014). Dalam prosedur ini, penyelidik telah memilih beberapa orang pelajar Universiti Utara Malaysia untuk ditemu bual. Selepas selesai temu bual, penyelidik meminta informan tersebut untuk mencadangkan subjek lain dalam populasi yang mempunyai ciri-ciri yang sama iaitu pelajar Muslim di Universiti Utara Malaysia. Setiap sesi temu bual akan dirakam menggunakan platform Webex tersebut. Jenis analisis yang digunakan adalah analisi tematik iaitu dengan mencari tema bagi setiap kategori soalan yang dibina. Tema-tema utama telah dikenal pasti untuk dihuraikan sebagai hasil dapatan kajian.

3. Hasil Kajian dan Perbincangan

Kajian ini bertujuan untuk melihat persepsi pengguna Muslim terhadap produk berlogo halal dan produk Muslim serta faktor pemilihan pengguna Muslim terhadap produk berlogo halal dan produk Muslim. Pemahaman yang baik terhadap konsep halal akan membantu masyarakat dalam membuat pemilihan sesuatu produk. Bahagian ini akan membincangkan mengenai hasil kajian yang diperoleh daripada temu bual informan dimulai dengan:

- i. Latar belakang informan
- ii. Analisis persepsi informan terhadap produk berlogo halal dan produk Muslim
- iii. Analisis faktor pemilihan informan terhadap produk berlogo halal dan produk Muslim.

3.1 Latar belakang informan

Kajian ini terdiri daripada 22 orang informan melibatkan pelajar Universiti Utara Malaysia daripada pelbagai bidang. Informan terdiri daripada 16 pelajar perempuan dan 6 pelajar lelaki daripada pelbagai pusat pengajian. Nama bagi setiap informan telah dirahsiakan dan digantikan dengan nombor. Jadual 1 menunjukkan latar belakang informan.

Jadual 1. Latar belakang informan.

Informan	Semester	Pengkhususan	Jantina
1	4	Pusat Pengajian Pengurusan Teknologi & Logistik	Lelaki
2	5	Pusat Pengajian Perniagaan Islam	Lelaki
3	6	Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan	Perempuan
4	6	Pusat Pengajian Antarabangsa	Perempuan
5	4	Pusat Pengajian Perniagaan Islam	Perempuan
6	4	Pusat Pengajian Perniagaan Islam	Perempuan
7	6	Pusat Pengajian Pengurusan Teknologi & Logistik	Perempuan
8	4	Pusat Pengajian Undang-Undang	Perempuan
9	6	Pusat Pengajian Ekonomi, Kewangan dan Perbankan	Perempuan
10	4	Pusat Pengajian Kerajaan	Lelaki
11	4	Pusat Pengajian Kerajaan	Perempuan
12	6	Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan	Perempuan
13	3	Pusat Pengajian Pengurusan Teknologi & Logistik	Perempuan
14	4	Pusat Pengajian Kerajaan	Perempuan
15	6	Pusat Pengajian Perniagaan Islam	Perempuan
16	4	Pusat Pengajian Psikologi Gunaan, Dasar dan Kerja Sosial	Lelaki
17	6	Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan	Perempuan
18	6	Pusat Pengajian Ekonomi, Kewangan dan Perbankan	Perempuan
19	6	Pusat Pengajian Ekonomi, Kewangan dan Perbankan	Perempuan
20	5	Pusat Pengajian Pengkomputeran	Lelaki
21	5	Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan	Lelaki
22	6	Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan	Perempuan

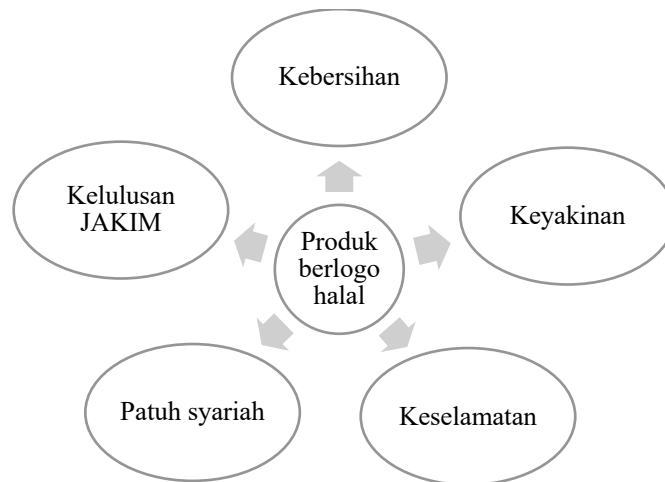
3.2 Analisis persepsi informan terhadap produk berlogo halal dan produk Muslim

Bahagian ini akan membincangkan berkenaan persepsi informan terhadap:

- a) produk berlogo halal
- b) produk Muslim
- c) isu “Buy Muslim First”

3.2.1 Produk Berlogo Halal

Bagi produk berlogo halal, terdapat lima tema yang dikeluarkan seperti dalam rajah 1. Tema tersebut menggambarkan persepsi informan terhadap produk yang mempunyai logo halal.

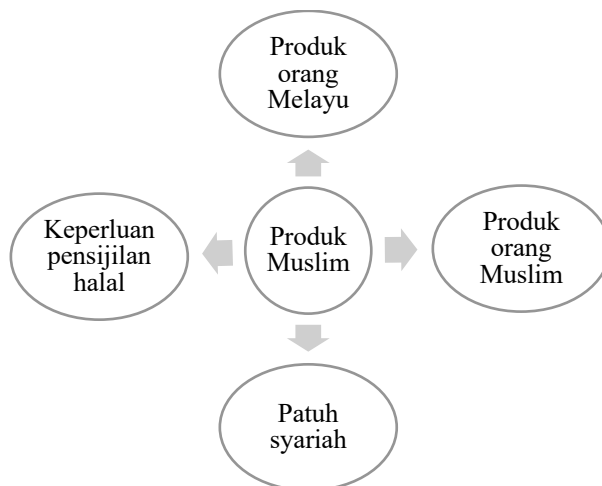


Rajah 6. Tema bagi persepsi informan terhadap produk berlogo halal.

Majoriti informan mengaitkan produk yang berlogo halal sebagai bersih, yakin dan selamat. Ia seperti yang dijelaskan dalam konsep halalan toyyiban yang melibatkan tiga elemen tersebut. Konsep halalan toyyiban bermaksud sesuatu yang memenuhi hukum syarak, bersih dan selamat. Huraian di atas jelas menunjukkan bahawa penekanan terhadap isu halal bukan sahaja melibatkan sudut syarak, malah juga dari sudut teknikal yang melibatkan kebersihan dan keselamatan. Permohonan pensijilan halal dapat memastikan sesuatu produk yang dikeluarkan tersebut memenuhi kehendak syarak. Bagi tema keyakinan dan kelulusan JAKIM pula, seperti yang kita sedia maklum, produk yang mempunyai logo halal akan dipantau oleh pihak berkuasa. Pemantauan ini menyebabkan pihak pengeluar tersebut akan cuba mematuhi piawaian yang telah ditetapkan. Hal demikian membuatkan pengguna rasa lebih yakin dengan produk yang mempunyai sijil halal JAKIM.

3.2.2 Produk Muslim

Bagi produk Muslim, terdapat empat tema yang dikeluarkan seperti dalam Rajah 2.



Rajah 7. Tema bagi persepsi informan terhadap produk Muslim

Majoriti informan mempunyai persepsi yang sama iaitu produk Muslim adalah produk yang dikeluarkan oleh orang Islam khususnya kaum Melayu. Terdapat juga informan yang mempunyai persepsi produk tersebut patuh syariah kerana ia telah dikeluarkan oleh orang Islam. Sehubungan itu, mereka yakin bahawa orang Islam akan mengikut garis panduan yang telah ditetapkan syarak. Persepsi seterusnya adalah produk Muslim perlu kepada pensijilan halal supaya dapat meluaskan lagi pasaran perniagaan. Hasil empat tema yang dikeluarkan tersebut menunjukkan terdapat informan yang lebih mementingkan produk Muslim berbanding produk yang mempunyai logo halal tetapi jumlahnya hanyalah minoriti

3.2.3 Pandangan terhadap isu “Buy Muslim First”

Kempen pembelian produk Muslim hangat dibincangkan sekitar tahun 2019 apabila timbul isu “Buy Muslim First” yang menggalakkan umat Islam untuk membeli produk keluaran Muslim sebagai tanda sokongan untuk meningkatkan ekonomi umat Islam. Kempen ini telah dilancarkan oleh beberapa pertubuhan bukan kerajaan (NGO). Walau bagaimanapun, kempen ini telah menimbulkan pelbagai reaksi kerana ada pihak yang bersetuju dan ada pihak yang menentang dengan setiapnya mempunyai hujah tersendiri. Kempen pembelian barangan Muslim tidak menjadi masalah. Pengguna mengharapkan barangan keluaran Muslim mempunyai logo halal. Mementingkan produk keluaran Muslim yang mempunyai logo halal lebih diutamakan daripada produk keluaran bukan Muslim yang mempunyai logo halal. Hal ini demikian kerana jika membantu produk keluaran orang Islam membolehkan mereka membayar zakat. Justeru ia dapat meningkatkan hasil kutipan zakat.

Walaupun bagaimanapun, mencari yang halal adalah tuntutan agama. Hal ini bermaksud mencari produk yang mempunyai logo halal perlu diutamakan kerana seperti yang dijelaskan sebelum ini, produk yang mempunyai logo halal akan dipantau oleh pihak berkuasa yang memaksa mereka untuk mematuhi piawaian yang telah ditetapkan dari segi pematuhan syarak, kebersihan dan keselamatan.

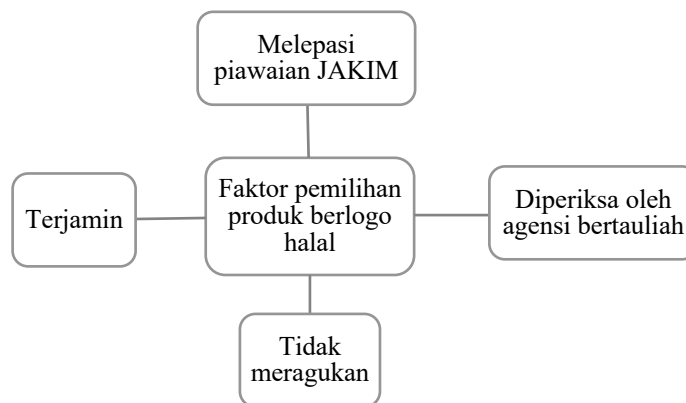
Hasil kajian menunjukkan majoriti informan menyokong usaha untuk membantu ekonomi umat Islam tetapi mereka lebih mementingkan pembelian produk berlogo halal. Setiap orang mempunyai pandangan dan pilihan tersendiri. Walau bagaimanapun, pengguna perlu bijak dalam membuat pilihan. Hasil kajian ini juga menunjukkan bahawa isu “Buy Muslim First” tidak mempengaruhi pengguna terhadap keyakinan mereka kepada produk berlogo halal. Berdasarkan kepada surah al-Baqarah ayat 168 yang bermaksud “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan”. Ayat ini jelas menunjukkan bahawa umat Islam disuruh mencari yang halal lagi baik. Walau bagaimanapun, umat Islam perlu bersolidariti untuk membeli produk Muslim yang mempunyai sijil halal berbanding produk bukan Muslim yang mempunyai sijil halal sebagai tanda sokongan kepada ekonomi umat Islam.

3.3 Analisis faktor pemilihan informan terhadap produk berlogo halal dan produk Muslim

Bahagian ini akan membincangkan faktor pemilihan informan terhadap produk berlogo halal dan produk Muslim serta perkara yang dititik beratkan dalam pembelian.

3.3.1 Faktor pemilihan informan terhadap produk berlogo halal dan produk Muslim

Hasil kajian ini menunjukkan bahawa daripada 22 informan, seramai 15 orang informan (68%) lebih mementingkan pembelian produk yang mempunyai logo halal berbanding 7 orang informan (32%) yang mementingkan produk keluaran Muslim. Antara faktor pemilihan pengguna terhadap produk berlogo halal adalah seperti rajah 3.



Rajah 3. Faktor pemilihan produk berlogo halal

Hasil kajian ini menunjukkan tiga sebab mengapa pengguna lebih mementingkan produk berlogo halal daripada produk Muslim. Sebab pertama adalah kerana sesetengah daripada mereka tidak yakin dari segi kebersihan dan penggunaan bahan mentah bagi produk yang tidak mempunyai logo halal. Sebab kedua adalah tiada pemeriksaan pihak berkuasa bagi produk yang tidak mempunyai sijil halal. Hal ini demikian kerana majoriti informan mengatakan bahawa proses untuk mendapatkan sijil halal adalah suatu proses yang rumit. Oleh itu, para pengguna lebih yakin terhadap produk berlogo halal kerana terdapat pemeriksaan oleh JAKIM dan pengeluar perlu mematuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan. Sebab ketiga adalah berkenaan dengan cara pembuatan. Bagi

sesetengah produk Muslim yang diproses di rumah, terdapat keraguan terhadap cara pembuatan tersebut. Hasil analisis di atas jelas menunjukkan bahawa informan mempunyai persepsi yang jelas terhadap produk yang mempunyai logo halal.

Sementara itu, faktor pemilihan pengguna terhadap produk keluaran Muslim adalah pertama untuk memberi sokongan kepada produk keluaran Muslim dan kedua adalah mereka yakin dengan pembuatan hasil daripada orang Islam seperti Rajah 4.



Rajah 4. Faktor pemilihan produk Muslim

Informan yang memilih produk keluaran Muslim kerana mereka yakin terhadap pegangan ajaran Islam seseorang pengeluar Muslim. Sebagai seorang Islam, pastinya mereka sentiasa mematuhi perintah dan larangan Allah. Terdapat informan yang menyatakan tentang keraguan mereka terhadap isu pemalsuan logo halal. Hasil dapatan ini menunjukkan hanya minoriti informan yang lebih memilih produk keluaran Muslim berbanding produk yang mempunyai logo halal. Hal ini juga menunjukkan bahawa majoriti informan mempunyai kefahaman yang baik terhadap produk yang mempunyai logo halal. Keyakinan antara faktor yang menyebabkan pemilihan yang tinggi terhadap produk yang mempunyai logo halal berbanding produk keluaran Muslim iaitu keyakinan mereka terhadap pihak berkuasa yang menjalankan pemantauan terhadap produk yang mempunyai logo halal.

Hasil analisis juga mendapati bahawa terdapat tiga perkara utama yang dititik beratkan oleh informan dalam pemilihan barang atau sesuatu produk, dimulai dengan jenama sesuatu produk, harga dan penelitian terhadap logo. Majoriti informan akan membeli barang atau produk yang menjadi kebiasaan mereka dalam menggunakannya. Kemudian, mereka akan melihat kepada harga barang tersebut. Walau pun sesetengah mereka mementingkan jenama dan harga, akhir sekali mereka tetap akan memastikan sesuatu barang tersebut mempunyai logo halal.

4. Hasil Kajian dan Perbincangan

Hasil kajian ini menunjukkan bahawa majoriti informan khususnya pelajar Muslim Universiti Utara Malaysia mempunyai kesedaran terhadap produk yang mempunyai logo halal. Hal ini juga menunjukkan bahawa mereka mempunyai kefahaman yang baik terhadap produk yang mempunyai logo halal. Keyakinan antara faktor yang menyebabkan pemilihan yang tinggi terhadap produk yang mempunyai logo halal iaitu keyakinan terhadap produk tersebut serta keyakinan terhadap pihak berkuasa.

Hasil kajian ini juga menunjukkan bahawa isu “Buy Muslim First” tidak mempengaruhi pengguna terhadap keyakinan mereka kepada produk berlogo halal. Walau bagaimanapun, pengguna digalakkan untuk membeli produk Muslim yang mempunyai sijil halal berbanding produk bukan Muslim yang mempunyai sijil halal sebagai tanda sokongan kepada ekonomi umat Islam.

Umat Islam digalakkan membantu meningkatkan perniagaan orang Islam dengan mendahulukan produk Muslim yang mempunyai logo halal berbanding produk bukan Muslim yang mempunyai logo halal seperti jenama al-Haddad, produk Ramly, ayam Bismi dan sebagainya. Bagi peniaga Muslim yang produknya layak untuk mendapat pensijilan halal, mereka sangat digalakkan untuk memohon. Ia merupakan satu usaha yang baik supaya mereka dapat meluaskan lagi pasaran produk.

Mengikut laporan akhbar Kosmo bertarikh 20 September 2020, laporan daripada Suruhanjaya Syarikat Malaysia menunjukkan sebanyak satu juta syarikat berdaftar di bawahnya dan daripada jumlah tersebut, 200,000 Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) terlibat secara langsung dalam aktiviti yang berkaitan halal. Walau bagaimanapun, bilangan PKS yang mempunyai sijil halal adalah sekitar 10,000 sahaja. Jumlah tersebut menunjukkan bahawa masih terlalu rendah jumlah syarikat atau perusahaan yang memohon sijil halal.

Penghargaan

Setinggi-tinggi penghargaan kepada Pusat Pengurusan Penyelidikan dan Inovasi (RIMC), UUM yang telah memberi peluang untuk memperolehi geran Kolej (Kod S/0 14553) dalam menamatkan projek penyelidikan ini.

Rujukan

Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-makers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 3–25. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>

- Dewan Bahasa dan Pustaka. (n.d.). Retrieved September 16, 2021, from <https://prpm.dbp.gov.my/Cari1?keyword=verbatim>
- Hamidon, S. F. (2016). Pandangan Pengguna Muslim Terhadap Pemakaian Logo Halal Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (Jakim): Satu Sorotan Literatur. *Journal of Shariah Law Research*, 1(1), 105–118. <https://doi.org/10.22452/jslr.vol1no1.6>
- Hashim, A. J. bt C. M., & Musa, R. (2014). Factors Influencing Attitude towards Halal Cosmetic among Young Adult Urban Muslim Women: A Focus Group Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130(January 2015), 129–134. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.016>
- Hassan, M. S. (Ed.). (2018). *Forensik Halal: Perspektif Sains, Syariah & Perniagaan*. Penerbit USIM. http://mybookstore.usim.edu.my/index.php?route=product/product&product_id=544
- Hassan, S. H., Mat Saad, N., Masron, T. A., & Ali, S. I. (2020). Buy Muslim-made first – does halal consciousness affect Muslims' intention to purchase? *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0102>
- Jabatan Hal Ehwal Agama Islam Negeri Kedah. (n.d.). *Konsep Halalan Toyyiban dalam Pensijilan Halal Malaysia*. Jabatan Hal Ehwal Agama Islam Negeri Kedah.
- Jasmi, K. A. (2012). Analisis Data dalam Penyelidikan Kualitatif. https://www.researchgate.net/publication/293097661_Analisis_Data_dalam_Penyelidikan_Kualitatif
- Manual Prosedur Pensijilan Halal Malaysia (Domestik). (2020). Jabatan Kemajuan Islam Malaysia.
- Mustafar, M. Z., & Borhan, J. T. (2013). Muslim consumer behavior: Emphasis on ethics from islamic perspective. *Middle East Journal of Scientific Research*, 18(9), 1301–1307. <https://doi.org/10.5829/IDOSI.MEJSR.2013.18.9.12113>
- Norman, H., & Wahid, N. A. (2017). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Muslim Dalam Pembelian Produk Halal Di Kampung Sebatu, Sungai Rambai, Melaka. *Journal of Business Innovation*, 2(2), 29.
- Othman, S. H., Yahya, M. A. bin, Abdul Wahab, N. J., & Sallehuddin, M. Z. (2020). The Impact of Buy Muslim First (BMF) Campaign to Young Muslim Consumer. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.6007/ijarems/v9-i2/7634>
- Piaw, C. Y. (2014). *Kaedah Penyelidikan Buku 1*. Mc Graw Hill Education.
- Said, M., Hassan, F., Musa, R., & Rahman, N. A. (2014). Assessing Consumers' Perception, Knowledge and Religiosity on Malaysia's Halal Food Products. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 120–128. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.015>
- Yusoff, Y. binti H., M Hussain, N., & Yahya, N. huda. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Norma Religius Terhadap Sikap Konsumen Dalam Niat Mengkonsumsi Produk Makanan dan Minuman Halal. *E-Proceedings National Innovation and Invention Competition Through Exhibition 2018*.