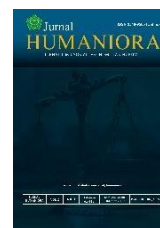


Available online at [www.jurnal.abulyatama.ac.id/humaniora](http://www.jurnal.abulyatama.ac.id/humaniora)  
ISSN 2548-9585 (Online)

## Universitas Abulyatama Jurnal Humaniora



### Pengaruh Literasi Dan Budaya Terhadap Keputusan Membeli Produk Halal di Kamboja

Nurul Irvin Fauziah<sup>1</sup>, Riyan Pradesyah\*<sup>2</sup>, Cut Zuriana<sup>3</sup>

<sup>1-2</sup> Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia

<sup>3</sup> Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh, Indonesia

\*Email korespondensi: [riyanpradesyah@umsu.ac.id](mailto:riyanpradesyah@umsu.ac.id)

Diterima 28 Februari 2023; Disetujui 31 Maret 2023; Dipublikasi 31 April 2023

**Abstract:** *This study aims to determine the effect of literacy and culture on purchasing decisions for halal products in Cambodia. This study used primary data using a questionnaire method of 150 respondents using nonprobability sampling technique. This study uses a multiple linear regression analysis model, hypothesis testing and coefficient of determination test to determine the factors that influence the buying decision of halal products in Cambodia. The results showed that the Literacy variable partially had a positive and significant effect on the Purchase Decision of halal products, the Culture variable partially had a positive and significant effect on the Purchase Decision. Simultaneously Literacy and Culture have a positive and significant effect on the Purchase Decision of halal products with a coefficient of determination of R-Square of 61.8%...*

**Keywords:** *Purchase Decision, Literacy, Culture.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian produk halal di Kamboja. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode kuesioner 150 responden teknik nonprobability sampling. Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk halal di Kamboja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Literasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk halal, variabel Budaya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan Literasi dan Budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk halal dengan koefisien determinasi R-Square 61,8%

.Kata kunci : Minat Transaksi, Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan.

**Kata Kunci:** *Keputusan Pembelian, Literasi, Budaya*

## **PENDAHULUAN**

Dengan minoritasnya penduduk muslim di kamboja, pada umumnya berpengaruh atas produk halal disana. Dalam kondisi ini kebutuhan produk halal dikamboja sangat diperlukan bagi masyarakat muslim kamboja, yang dimana masyarakat muslim kamboja sangat membutuhkan produk yang berlabel halal untuk dikonsumsi. Dikamboja produk makanan sangat bervariasi. Tapi karena minoritas masyarakatnya beragama muslim, mereka harus memilih mana produk yang ada label halalnya untuk mereka konsumsi. Tak banyak produk yang berlabel halal dinegara itu sendiri. Sebagai contoh produk minuman botol yang dijual di toko kamboja, jarang menggunakan label halal, meskipun produk yang tidak berlabel halal belum tentu tidak halal (Widodo, 2015).

Literasi juga diartikan sebagai kemampuan dalam berbahasa yang dimiliki seseorang dalam berkomunikasi yaitu membaca, berbicara, menulis, menyimak tapi dengan cara berbeda sesuai dengan tujuannya. Secara singkat bahwa literasi diartikan menulis dan membaca (Teale & William, 1986). Literasi halal yaitu dapat diartikan sebagai pengetahuan dan pemahaman bagi seseorang tentang suatu produk yang dikonsumsi. Halal atau haramnya suatu produk tidak bisa melihat dari label halalnya saja, melainkan pemahaman produk bagi seseorang yang mengkonsumsinya juga penting. Literasi halal menjadi kemampuan dalam membedakan barang dan jasa baik halal atau haram dengan berlandaskan hukum islam (Salehudin, 2009). Yang kita ketahui bahwa tingkat literasi dan budaya masyarakat

kamboja masih rendah mengenai hukum halal. Mereka hanya mengetahui halal atau haramnya suatu produk hanya dari kemasan yang terdapat label halalnya.

Sebagai konsumen muslim kita harus selektif dalam memilih produk untuk dikonsumsi yaitu dengan melihat Sertifikasi halalnya yang bertujuan untuk menghilangkan keraguan konsumen terhadap kehalalan produk makanan tersebut (Agustina, Pratikto, Churiyah, & Dharma, 2019). Tujuan sertifikasi halal pada dasarnya untuk melindungi hak-hak konsumen pada setiap konsumen Muslim. Sertifikasi halal bertujuan untuk menentukan layak atau tidaknya suatu produk mendapat sertifikat halal. Budaya adalah faktor yang mendasar dalam norma yang dimiliki oleh setiap orang kemudian membentuk keinginan menjadi seorang konsumen. Yang dimana budaya dalam hal ini meliputi hal yang dapat dipelajari dari kalangan keluarga, teman, dan kondisi keuangan dalam faktor internal (Tamba, 2017).

Dalam penelitian yang dilakukan dapat diketahui informasi dan bukti ilmiah mengenai bagaimana suatu pengaruh literasi dan budaya terhadap keputusan membeli produk halal dikamboja. Maka perlu dibuktikan secara relevan. Penelitian ini dilakukan dengan menjadikan masyarakat kamboja sebagai objek penelitian dalam mengetahui minat konsumsi produk halal.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Landasan teori yang diambil atau dikemukakan dalam penelitian ini bersumber dari jurnal, adapun yang diambil atau dijelaskan dalam kajian teori dimulai dari nama penulis, judul,

tahun terbit jurnal, metode yang digunakan, dan hasil yang diperoleh. Landasan teori yang diambil dari beberapa jurnal adalah sebagai berikut:

Pertama, (Sihotang, 2022) melakukan penelitian dengan judul “*Consumption of Halal Product as Islamic Economic Culture in Indonesia*”. Mereka melakukan penelitian pada tahun 2020. Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Data yang digunakan yaitu data primer dengan menyebarkan kuesioner. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu konsumsi barang halal merupakan budaya yang baik dan positif bagi konsumen di Indonesia dan ini bisa menjadi jargon bagi sebagian besar negara muslim di Indonesia sebagai konsumen terbesar di Indonesia.

Kedua, (Julista, 2021) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Di Kota Medan”. Mereka melakukan penelitian pada tahun 2021. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mix metode dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuisisioner, wawancara, tanggapan dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil tabulasi data, pada non titik kritis kehalalan memperoleh kategori sangat baik dengan jumlah 78,89% yang artinya bahan baku dan bahan penolong yang digunakan aman dan terjamin kehalalannya, sedangkan pada titik kritis kehalalan memperoleh jumlah 15,6% yang artinya pengelolaan dan bahan-bahan yang digunakan UMKM tidak jelas. Maka

Kesimpulan penelitian ini adalah ternyata banyak UMKM yang menjalankan ekosistem halal, namun masih banyak UMKM yang belum memiliki sertifikasi halal dikarenakan beberapa faktor.

Ketiga, (Hayati, 2021) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Literasi Halal, Label Halal, Islamic Branding, dan Religious Commitment pada Pembelian Makanan di Tsabita Halal Bakery”. Mereka melakukan penelitian pada tahun 2021. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) atau model persamaan structural dengan pembagian sampel menggunakan *simple random sampling* berjumlah 110. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah literasi halal dan label halal memiliki kontribusi dalam mendorong konsumen untuk membeli makanan halal pada Tsabita Halal Bakery. Sedangkan Islamic branding dan religious commitment tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian makanan halal pada Tsabita Halal Bakery. Untuk itu, Tsabita perlu memperkuat Islamic branding-nya dan melanjutkan dengan Islamic marketing melalui media sosial, mengingat generasi milenial sangat melek media sosial. Religious commitment juga tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian, hal itu dapat disebabkan karena tingkat religiusitas responden masih rendah.

Keempat, (Pradesyah, 2018) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Penerapan Fatwa MUI Wisata Halal (Studi Kasus Hotel Syariah Medan)”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022. Jenis

penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Artinya, membandingkan teori dengan yang terjadi sesungguhnya di lapangan. Teknik analisis data yang digunakan dengan mendeskripsikan hasil wawancara dan observasi kepada objek. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan Hotel syariah yang ada di Kota Medan sudah memenuhi persyaratan atau memenuhi peraturan yang telah di keluarkan oleh Dewan Syariah Nasional, tentang penyelenggaraan wisata halal yang ada di Indonesia. Tetapi ketika peneliti melakukan penelitian tersebut, peneliti masih banyak menemukan kejanggalan yang terjadi, seperti kurangnya sosialisasi dewan syariah terhadap peraturan yang telah dibakukan. Jadi ketika peneliti menanyakan tentang peraturan DSN, banyak penyelenggara yang masih belum mengetahui, dan mereka hanya melihat peraturan atau referensi pendirian hotel syariah dari internet. Maka dari itu, seharusnya DSN mensosialisasikan tentang peraturan yang dibuat, sehingga penyelenggara wisata syariah tidak tabu lagi terhadap peraturan yang ada.

Kelima, (Nasution, 2018) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan”. Mereka melakukan penelitian pada tahun 2018. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan data primer dengan metode survei menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana serta uji Determinasi. Penelitian ini menggunakan metode

pengambilan sampel secara accidental sampling dan purposive sampling, dengan cara pengambilan sampel secara kebetulan (spontanitas), akan tetapi sampel yang dipilih juga berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu masyarakat non- dan masyarakat muslim. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Label Halal dapat mempengaruhi keputusan konsumen yang ada di Sumatera Utara, Khususnya Kota Medan. Label halal juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memutuskan membeli sebuah produk, adapun pengaruh yang dihasilkan pada penelitian ini adalah sebesar 54.1%.

Keenam, (Gunawan & Koto, 2017) melakukan penelitian dengan judul “Analysis on Factors Influencing Students Financial Literacy”. Mereka melakukan penelitian pada tahun 2017. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif Teknik analisis data yang digunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) atau model persamaan structural dengan pembagian sampel menggunakan *simple random sampling* berjumlah 491. Hasil yang di peroleh dalam penelitian ini menunjukkan umur, jenis kelamin, dan pendapatan orang tua berpengaruh literasi keuangan siswa secara signifikan, sedangkan pendapatan Universitas tidak berpengaruh secara signifikan.

Ketujuh, (Setyowati & Anwar, 2022) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun”. Mereka melakukan penelitian pada tahun 2022. Jenis penelitian ini termasuk

penelitian kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana serta uji Determinasi dengan 100 responden. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan literasi halal secara parsial berpengaruh terhadap minat konsumsi produk halal masyarakat Kabupaten Madiun, religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap minat konsumsi produk halal masyarakat Kabupaten Madiun, literasi halal dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumsi produk halal masyarakat Kabupaten Madiun dengan kontribusi sebesar 42,8%. Sehingga semakin baik tingkat literasi halal dan religiusitas masyarakat Kabupaten Madiun maka, akan semakin tinggi juga minat konsumsi masyarakat Kabupaten Madiun terhadap produk halal.

Kedelapan, (Putri, 2022) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Impor (Studi Kasus Mahasiswa MBS FAI UMSU)”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022. Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan alat uji regresi linear berganda dengan pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi produk halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik impor hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang memperoleh nilai nilai sig untuk variabel literasi produk halal sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\text{sig} < \alpha = 5\%$ ) sehingga  $H_0$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa literasi produk halal berpengaruh secara parsial terhadap

keputusan pembelian pproduk kosmetik impor.

Kesembilan, (Ariyanti, 2021) melakukan penelitian dengan judul “The Effect of Understanding Halal Labels on Purchasing Decisions for Food and Beverage Products on Islamic Study Faculty’s Students of UNISKA MAB”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021. Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana serta uji Determinasi dengan 304 responden. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa Label halal merupakan suatu kepentingan yang sangat wajib diperhatikan untuk kepentingan umat. Hal ini mengarah pada maqashid al syariah yang mencakup unsur hifdz nafs (menjaga jiwa) dan hifdz diin (menjaga agama). Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan pengaruh Pemahaman Label Halal Mahasiswa FSI UNISKA MAB Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman, dapat disimpulkan bahwa hasil uji t tingkat pemahaman menunjukkan nilai sebesar -1,256 dengan sig.t sebesar 0,210 ( $p > 0,05$ ). Hal ini berarti tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pemahaman tentang keputusan pembelian suatu produk. Sehingga dapat dikatakan jika mahasiswa FSI UNISKA MAB belum memahami tentang label halal sepenuhnya.

Kesepuluh, (Rahmayati, 2018) melakukan penelitian dengan judul “Strategi Perbankan Syariah Sebagai Solusi Pengembangan Halal Industry

di Indonesia". Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dan kuantitatif. Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan model dinamis atau *Auto Regressive Distiributed (ARDL)*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan perbankan syariah untuk dapat berperan dalam pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif, dimana posisi perbankan syariah yang sangat strategis untuk berperan aktif. Perbankan syariah merupakan salah satu industri keuangan prinsip syariah yang mengoperasionalkan secara bisnis halal. Hal tersebut merupakan hal yang sangat bersinergi dengan halal industry. Penelitian ini membuktikan bahwa perbankan syariah dapat berperan melalui nasabah pembiayaannya.

#### METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Sedangkan data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan penelitian langsung kepada 150 responden masyarakat yang tinggal di Kamboja dengan skala pengukuran Likert. Model yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linear sederhana, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Sebelum dilakukan pengujian tersebut, terlebih dahulu data di uji normalitas menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan melalui uji statistik Kolmogorov-Smirnov dilihat dari skala signifikan.

Jika nilai signifikan lebih besar dibandingkan 5 persen atau 0,05 maka data tersebut terdistribusi secara normal dan sebaliknya jika lebih kecil dari 5 persen atau 0,05 maka data tidak terdistribusi secara normal. Hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**

	Unstandardized Residual
N	150
Mean	0.000000
Std. Deviation	1.138171101
Test Stats	0.054
Sig. (2-tailed)	0.200

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 1 diatas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Kolmogorov-Smirnov 0,200 (lebih besar dari 0.05), ini menunjukkan tingkat signifikansi lebih besar dari  $\alpha = 5\%$  atau 0,05. Hal ini dapat diartikan data yang ada pada semua variabel yang digunakan terdistribusi secara normal.

#### 2. Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan program aplikasi SPSS.

**Tabel 2. Hasil Uji Analisis Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig
	B	Std. Error		
(Constant)	4.459	3.291	1.355	0.177
Literasi (X1)	.378	.075	5.054	.000
Budaya (X2)	.531	.087	6.076	.000

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan dari SPSS 26, 2022

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4 diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$KP = 4,459 + 0,378 (X1) + 0,531 (X2) + e$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 4.459 menunjukkan bahwa variabel literasi dan budaya jika nilainya 0 maka keputusan pembelian memiliki tingkat sebesar 4.459.
- Nilai koefisien Literasi (X1) adalah 0,378 dengan bernilai positif. Artinya bahwa setiap peningkatan literasi sebesar 1 kali maka keputusan pembelian akan meningkat 0,378 atau 37,8% dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- Nilai koefisien Budaya (X2) adalah 0,531 dengan bernilai positif. Artinya bahwa setiap peningkatan Budaya sebesar 1 kali maka Keputusan Pembelian akan meningkat 0,531 atau 53,1% dengan asumsi variabel yang lain konstan.

### 3. Uji Hipotesis

#### a) Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisis koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase besarnya variasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 3. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

R	R Square	Adjusted R Square
.790	0.624	0.618

Sumber: Hasil Pengolahan dari SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat angka adjusted R Square 0,618 yang dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 61,8% Keputusan Pembelian dapat

diperoleh dan dijelaskan oleh Literasi dan Budaya. Sedangkan sisanya 100% - 61,8% = 38,2% dijelaskan oleh faktor lain atau variabel diluar model.

#### b) Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (t) menunjukkan seberapa jauh variabel bebas secara individual menerangkan variasi pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05.

**Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig
	B	Std. Error		
(Constant)	4.459	3.291	1.355	0.177
Literasi (X1)	.378	.075	5.054	.000
Budaya (X2)	.531	.087	6.076	.000

- Dependent Variabel: Keputusan Pembelian.

Sumber: Hasil Pengolahan dari SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 4. Dapat disimpulkan beberapa hal terkait dengan pengujian secara parsial yaitu:

- Variabel Literasi (X1) memiliki nilai t sebesar 5.054 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (5 %). Hal ini menyatakan bahwa Literasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
- Variabel Budaya (X2) memiliki nilai t sebesar 6,076 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (5 %). Hal ini menyatakan bahwa Budaya berpengaruh

signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### c) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk dapat mengetahui pengaruh secara bersama-sama (simultan). Dari variabel bebas terhadap variabel terikat pada suatu analisis regresi. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai  $\text{sig } F < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Sebaliknya, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai  $\text{sig } F > 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

**Tabel 5. Hasil Uji Simultan**

Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
3000.203	2	1500.101	121.771	.000
1810.891	147	12.319		
4811.093	149			

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian.

Sumber: Hasil Pengolahan dari SPSS 26, 2022

Berdasarkan Tabel 5 di atas, F hitung adalah  $121,771 > F_{tabel}$  sebesar 3,06, yang dapat ditemukan pada  $\alpha = 0,05$ . Signifikansi kurang dari 0,05, adalah  $0,000 < 0,05$ , menurut

model regresi, dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini Literasi dan Budaya semuanya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dalam penelitian ini.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Literasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  terhadap Keputusan Pembelian (Y) masyarakat membeli produk halal di Kamboja.
2. Budaya (X2) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  terhadap Keputusan Pembelian (Y) masyarakat membeli produk halal di Kamboja.
3. Literasi (X1) dan Budaya (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  terhadap Keputusan Pembelian (Y) membeli produk halal di Kamboja.

### REFERENSI

- Agustina, Y., Pratikto, H., Churiyah, M., & Dharma, B. (2019). Pentingnya Penyuluhan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Graha Pengabdian*, 1(2), 139–150.
- Ariyanti, F. (2021). *Pengaruh Pemahaman Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Studi Islam Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari)*. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Gunawan, A., & Koto, M. (2017). Analysis on factors influencing students financial literacy. *Proceedings of AICS-Social Sciences*, 7, 289-295.
- Hayati, S. (2021). Analisis Literasi Halal, Label Halal, Islamic Branding, dan Religious Commitment pada Pembelian Makanan di Tsabita Halal Bakery. *SHAHIH: Journal of Islamicate Multidisciplinary*, 6(2), 164-176.
- Julista, C. (2021). Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada Umkm Di Kota Medan. *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 6(2), 247-255.
- Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk



- Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 227-248.
- Pradesyah, R. (2018). Pradesyah, R. (2018). Analisis Penerapan Fatwa Mui Wisata Halal (Studi Kasus Hotel Syariah Medan). *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 334-348.
- Putri, A. (2022). *Pengaruh Literasi Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Impor*. (Doctoral dissertation).
- Rahmayati, R. (2018). Strategi Perbankan Syariah Sebagai Solusi Pengembangan Halal Industry Di Indonesia. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 314-334.
- Salehudin, I. (2009). *Munich Personal RePEc Archive Halal Literacy: A Concept Exploration and Measurement Validation Halal Literacy: A Concept Exploration and Measurement Validation*. 54339.
- Setyowati, A., & Anwar, M. (2022). Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun. *Lisan Al-Hal: Jurnal Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan*, 16(1), 108-124.
- Sihotang, M. (2022). Consumption Of Halal Product As Islamic Economic Culture In Indonesia. *In Proceeding International Conference on Language, Literature and Culture*, Vol.1 P.132. Umsu Press.
- Tamba, D. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Membeli Di Indomaret (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara ). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17, 30–50.
- Teale, & William, H. (1986). *Teale, William H., Ed.; Sulzby, Elizabeth, E. (1986). Emergent Literacy: Writing and Reading. Writing Research: Multidisciplinary Inquiries into the Nature of Writing Series*. 355 Chestnut St., Norwood,NJ 07648: Ablex Publishing Corporation.
- Widodo, T. (2015). Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa universitas Muhammadiyah Surakarta). *Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 13-14.