

**Pensijilan Halal di Malaysia: Pengaruh Pengetahuan Pengguna Muslim Terhadap Sikap dan Tingkah Laku Pemilihan Makanan Halal di Bandar Baru Bangi**  
*Halal Certification in Malaysia: The Influence of Muslim Consumers' Knowledge on Attitude and Halal Food Selection Behavior in Bandar Baru Bangi*

Anis Zulaikha Mohamad Azhar & Mohd Izhar Ariff Mohd Kashim✉  
Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi, Malaysia

### ABSTRAK

Malaysia sebagai hab halal dunia tidak terlepas daripada dilema kepelbagaian produk import dan premis makanan kompleks. Kajian ini menganalisis kriteria pensijilan halal di Selangor serta menilai pengetahuan kognitif mencorakkan sikap dan tingkah laku pengguna Muslim di Bandar Baru Bangi. Menggunakan reka bentuk kaedah campuran (mixed methods), kajian mensintesis analisis dokumen Manual Prosedur Pensijilan Halal Malaysia (MPPHM) dengan data kuantitatif 353 responden. Analisis dilakukan melalui Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) berpandukan kerangka Teori Kognitif Sosial (SCT). Dapatan utama mendedahkan kriteria pensijilan amat menekankan Sistem Jaminan Halal (HAS) ketat, namun pengetahuan pengguna merupakan faktor penentu paling berkuasa. Model struktur membuktikan pengetahuan membentuk sikap positif, manakala sikap bertindak sebagai pemboleh ubah pengantara separa (partial mediator) menjamin ketekalan tingkah laku pemilihan makanan. Implikasi kajian mendesak pihak berkuasa dan industri beralih daripada sekadar promosi logo kepada pendidikan halal substantif demi membina ekosistem pengguna berilmu dan berintegriti.

### KATA KUNCI

Pensijilan halal, tingkah laku pengguna, Teori Kognitif Sosial, PLS-SEM, pemilihan makanan.

### Article History

Received: Jan 5, 2026  
Revised: Mei 20, 2026  
Accepted: Jun 3, 2026  
Published: Jun 15, 2026

### ✉ Contact

Mohd Izhar Ariff Mohd Kashim  
(Corresponding Author)  
[izhar@ukm.edu.my](mailto:izhar@ukm.edu.my)

### Citation

Anis Zulaikha Mohamad Azhar & Mohd Izhar Ariff Mohd Kashim. 2026. Pensijilan Halal di Malaysia: Pengaruh Pengetahuan Pengguna Muslim Terhadap Sikap dan Tingkah Laku Pemilihan Makanan Halal di Bandar Baru Bangi. *Journal of Contemporary Islamic Law*. 11(1): 98-106.

### ABSTRACT

*As a global halal hub, Malaysia faces challenges from diverse imported products and complex food premises. This study analyzes halal certification criteria in Selangor and evaluates how cognitive knowledge shapes the attitudes and behaviors of Muslim consumers in Bandar Baru Bangi. Adopting a mixed-methods design, the research synthesizes a document analysis of the Malaysia Halal Certification Procedure Manual (MPPHM) with quantitative data from 353 respondents. Analysis was conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) based on the Social Cognitive Theory (SCT) framework. The findings reveal that while certification criteria strictly emphasize the Halal Assurance System (HAS), consumer knowledge is the most powerful determining factor. The structural model proves that knowledge shapes positive attitudes, while attitude acts as a partial mediator that ensures consistency in food selection behavior. These implications urge authorities and the industry to shift from mere logo promotion toward substantive halal education to build a knowledgeable and high-integrity consumer ecosystem.*

### KEYWORDS

*Halal certification, consumer behavior, Social Cognitive Theory, PLS-SEM, food selection.*

### Copyright

© 2026 by the author(s)



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## PENGENALAN

Halal merupakan satu konsep penting dalam kehidupan umat Islam yang merangkumi bukan sahaja aspek pemakanan, tetapi juga perkhidmatan, kewangan, kosmetik, farmaseutikal, dan gaya hidup secara menyeluruh. Oleh itu, sekiranya orang Islam ingin memastikan makanan dan produk yang digunakan adalah halal, mereka perlu melihat kepada seluruh aspek meliputi penghasilan, persediaan, pengurusan dan penyimpanan (Hafeez et al., 2024). Dalam era globalisasi dan perkembangan pesat industri makanan, pengguna Muslim berhadapan dengan isu kepelbagaian produk yang semakin kompleks dari segi bahan mentah, proses pengeluaran dan rantaian bekalan. Penggunaan bahan tambahan, perisa, pemprosesan silang serta pengeluaran berskala besar meningkatkan risiko kekeliruan terhadap status halal sesuatu produk, khususnya apabila maklumat sumber dan proses pengeluaran tidak dinyatakan secara jelas (Mohamad & Rahman, 2018; Khan & Nasiruddin, 2021).

Pada masa kini, pengambilan dan pemilihan barang halal tidak boleh lagi dipandang enteng kerana ia berkait rapat dengan akidah, kesihatan, integriti pasaran dan tanggungjawab sosial umat Islam. Ini berdasarkan firman Allah SWT dalam Surah al-Baqarah, ayat 168: *"Wahai sekalian manusia! Makanlah daripada apa yang ada di bumi yang halal lagi baik, dan janganlah kamu mengikuti jejak langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagi kamu."* Dalam Islam, makanan dan barangan yang halal dan tayyiban (baik dan bersih) adalah perintah Allah yang wajib dipatuhi. Mengambil barang yang syubhah (meragukan) atau haram boleh menjejaskan akidah dan ibadah seseorang Muslim kerana makanan yang masuk ke dalam tubuh memberi kesan kepada amal ibadah. Pemilihan makanan halal dan baik adalah perintah langsung daripada Allah, dan tidak patut diambil ringan oleh umat Islam (Sidek, 2020).

Keadaan ini menjadikan pemilihan makanan halal bukan sekadar bergantung kepada kepercayaan umum, tetapi menuntut tahap pengetahuan dan kesedaran pengguna yang lebih tinggi. Kajian turut menunjukkan bahawa dalam persekitaran pasaran moden, pensijilan halal bukan sahaja berfungsi sebagai pematuhan syariah, malah bertindak sebagai mekanisme jaminan kualiti dan keselamatan makanan yang mempengaruhi kepercayaan pengguna (Esa & Nasiri, 2019; Cherenkov & Musayeva, 2020).

Malaysia memainkan peranan penting dalam pembangunan industri halal secara global melalui Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) sebagai badan autoriti utama dalam pensijilan halal yang diiktiraf di peringkat antarabangsa (Amri et al., 2021). Usaha pemeliharaan ini turut melibatkan penggubalan akta, undang-undang, serta kempen kesedaran melalui pelbagai media (Fatimah & Hidayat, 2016).

Walau bagaimanapun, keberkesanan pensijilan halal dalam melindungi pengguna bukan

hanya bergantung kepada kewujudan sistem itu sendiri, sebaliknya turut bergantung pada sejauh mana pengguna memahami fungsi pensijilan halal dan menggunakannya dalam membuat keputusan pembelian (Norhidayah Pauzia & Saadan Mana, 2016). Kajian terdahulu menunjukkan bahawa pengetahuan pengguna Muslim sering bersifat umum dan tertumpu kepada pengenalan logo halal sebagai simbol kehalalan, manakala majoriti pengguna awam kurang terdedah kepada aspek prosedur dan mekanisme sebenar pensijilan seperti audit, dokumentasi, sistem jaminan halal serta pemantauan berterusan (Norazlina & Hasnah, 2019; Mohd Amri Abdullah et al., 2021). Kekurangan maklumat yang mudah diakses menyebabkan proses pensijilan halal dilihat "teknikal" dan berada di luar pengetahuan orang awam.

Keterbatasan kefahaman prosedur ini memberi implikasi penting di mana pengguna cenderung membuat penilaian halal berdasarkan petunjuk luaran semata-mata seperti kewujudan logo pada pembungkusan atau persepsi kebersihan premis. Dalam situasi tertentu, misalnya ketika makan di kafe moden atau "hipster" yang tidak memaparkan pensijilan halal secara jelas, pengguna sering terpaksa membuat keputusan berdasarkan andaian, pengalaman, atau pemerhatian persekitaran. Keadaan ini meningkatkan risiko kekeliruan, termasuk kemungkinan terdedah kepada penggunaan logo halal yang tidak sah atau mengelirukan (Norzalita, 2020). Hubungan antara pengetahuan, sikap dan tingkah laku ini sering dijelaskan sebagai satu rantaian pembentukan keputusan pengguna (Wijaya et al., 2021; Amin & Lahaji, 2021). Oleh itu, kajian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan pengguna Muslim terhadap sikap dan seterusnya tingkah laku pemilihan makanan halal dalam konteks tahap kesedaran terhadap pensijilan halal di Bandar Baru Bangi.

## LATAR BELAKANG KAJIAN

Industri halal telah berkembang menjadi satu segmen ekonomi global yang strategik. Produk dan perkhidmatan halal kini mendapat permintaan tinggi bukan sahaja dalam kalangan umat Islam, malah juga pengguna bukan Islam yang prihatin terhadap aspek kebersihan dan kualiti. Menurut State of the Global Islamic Economy Report 2022/2023, nilai pasaran halal global dijangka mencapai USD 3.2 trilion menjelang tahun 2024. Malaysia memainkan peranan penting dalam ekosistem ini dengan peningkatan eksport produk halal daripada RM 30.5 bilion pada tahun 2020 kepada RM 61.79 bilion pada tahun 2024. Pertumbuhan ini disumbang oleh sistem pensijilan halal JAKIM yang mendapat pengiktirafan tinggi di peringkat global serta inisiatif strategik agensi seperti MATRADE.

## PERNYATAAN MASALAH

### Keperluan Untuk Menganalisis Keberkesanan Pelaksanaan Kriteria Pensijilan Halal Di Negeri Selangor

Malaysia memiliki sistem pensijilan halal yang diiktiraf melalui Manual Prosedur Pensijilan Halal Malaysia (MPPHM) 2020. Walau bagaimanapun, pelaksanaan di peringkat negeri seperti Selangor masih menimbulkan persoalan dari segi kefahaman dan keberkesanan. Masih terdapat kekeliruan industri dalam mentafsir keperluan Sistem Jaminan Halal (HAS) serta isu teknikal dalam dokumentasi (JAKIM, 2020). Laporan terdahulu turut menunjukkan wujud isu kelewatan proses dan kekurangan pegawai pengesah halal (JAIS, 2018). Keadaan ini mencerminkan keperluan untuk menganalisis kriteria pensijilan halal secara sistematik bagi menilai struktur dan keperluan sebenar yang diguna pakai di negeri Selangor.

### Jurang Kesedaran Pengguna Muslim Terhadap Pensijilan Halal Dan Kesannya Terhadap Sikap Dan Tingkah Laku Pemilihan Makanan

Tahap kesedaran pengguna Muslim terhadap kepentingan pensijilan halal secara komprehensif masih menjadi isu kritikal. Kajian menunjukkan kesedaran pengguna sering bersifat superfisial dan hanya tertumpu kepada logo semata-mata (Norazlina & Hasnah, 2019). Terdapat jurang di mana pengguna tidak memahami mekanisme penguatkuasaan yang menjamin integriti sesuatu produk (Mohamad & Rahman, 2018). Dalam konteks kawasan bandar seperti Bandar Baru Bangi, kesedaran yang rendah atau tidak tepat berisiko menjejaskan sikap dan menyebabkan ketidakkonsistenan dalam tingkah laku pemilihan makanan, terutamanya apabila pengguna lebih bergantung kepada reputasi peniaga berbanding keabsahan sijil halal (Norzalita, 2020).

### SOROTAN LITERATUR

Bahagian ini membincangkan kajian-kajian terdahulu yang berkaitan dengan pensijilan halal, kesedaran pengguna Muslim, serta interaksi antara pengetahuan, sikap, dan tingkah laku dalam pemilihan makanan. Perbincangan disusun secara tematik bagi menunjukkan perkembangan pemikiran semasa, jurang kajian, serta sumbangan kajian ini dalam konteks Malaysia, khususnya di Bandar Baru Bangi. Sebagai asas fundamental, konsep halal dalam Islam bukan sekadar merujuk kepada keharusan sesuatu makanan, tetapi turut merangkumi aspek kebersihan dan keselamatan (ḥalālan ṭayyiban). Hal ini bertepatan dengan firman Allah SWT.

ذَلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ

*Maksudnya: Itulah Kitab (al-Quran) yang tidak ada*

*keraguan padanya, petunjuk bagi mereka yang bertakwa. (Surah al-Baqarah, 2:2)*

Selain itu landasan niat dalam pemilihan makanan turut ditekankan oleh Rasulullah SAW:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ

*Maksudnya: Sesungguhnya setiap amalan itu bergantung kepada niat. (al-Bukhārī, Muhammad bin Ismail. Jami' al-Ṣaḥīḥ, Kitāb Bad' al-Wahy. Bāb Kayfa Kāna Bad' al-Wahy ilā Rasūlillāh).*

Integrasi ayat dan hadis ini menegaskan bahawa pemilihan makanan halal merupakan manifestasi daripada kesedaran kognitif dan kefahaman spiritual individu yang melangkaui aspek fizikal semata-mata.

Kajian terdahulu menunjukkan bahawa sistem pensijilan halal di Malaysia berkembang secara sistematik melalui kerangka perundangan dan piawaian teknikal yang kukuh. Norhidayah Pauzia dan Saadan Mana menjelaskan bahawa prinsip asas halal berpaksikan kaedah fiqh "asal sesuatu adalah harus", yang kemudiannya diterjemahkan ke dalam sistem industri moden. Dari perspektif sejarah, Mohd Amri Abdullah et al. (2021) menyatakan bahawa evolusi ini diperkukuhkan melalui penggubalan Akta Perihal Dagangan 1972 [Akta 29] yang menjadi asas penguatkuasaan. Walaupun Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) diiktiraf di peringkat global, Sofian (2023) berhujah bahawa cabaran seperti ketiadaan akta khusus halal masih memberi kesan kepada keberkesanan penguatkuasaan di bawah [Akta 29]. Malah, Hafeez et al. (2025) menonjolkan bahawa pengusaha premis masih menganggap proses audit dan pemantauan sebagai sesuatu yang rumit dan mahal, sekali gus mendedahkan wujudnya jurang antara kecemerlangan struktur dasar dengan realiti pelaksanaan di peringkat industri.

Dari aspek kesedaran pengguna, literatur menunjukkan tahap kefahaman masyarakat Muslim terhadap konsep ḥalālan ṭayyiban masih tidak sekata. Hashim (2022) menegaskan bahawa kegagalan memahami aspek keselamatan makanan menyebabkan pengetahuan pengguna bersifat luaran (superficial). Hal ini disokong oleh Nurshafika Zulkarnain et al. (2025) yang mendapati pengguna cenderung mempamerkan kepercayaan pasif dengan bergantung sepenuhnya kepada logo halal tanpa memahami kerumitan proses pensijilan. Faktor luaran seperti pengaruh media sosial turut memainkan peranan signifikan; menurut Nor Nisma Mohamad Noor dan Ezanee Mohamed Elias (2017), persekitaran sosial membentuk keyakinan pengguna walaupun sering kali tanpa semakan teliti. Omar dan Khairul Haizat (2024) pula menekankan kepentingan konsep tabayyun dalam mendepani lambakan maklumat digital yang tidak sahih. Secara kritikal, pergantungan pengguna kepada simbol berbanding kefahaman mendalam menunjukkan literasi halal masih perlu diperkukuhkan melalui pendidikan dan

pendedahan maklumat yang lebih telus.

Bagi menjelaskan dinamika tingkah laku ini, Teori Kognitif Sosial (Social Cognitive Theory, SCT) digunakan untuk menilai interaksi antara faktor kognitif dan persekitaran. Abdou et al. (2024) mendapati kepuasan terhadap pematuhan halal dan tahap religiositi meningkatkan niat pembelian, yang selari dengan konsep jangkaan hasil dalam SCT. Ali et al. (2018) pula membuktikan bahawa norma sosial lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pengguna, sekali gus menyokong idea determinisme timbal balik (reciprocal determinism). Walau bagaimanapun, Bagherniya et al. (2015) mengingatkan bahawa pengetahuan sahaja tidak memadai untuk mengubah tingkah laku tanpa sokongan sikap yang positif. Secara keseluruhannya, literatur semasa telah membincangkan hubungan antara pengetahuan, sikap, dan tingkah laku, namun kajian yang mengintegrasikan ketiga-tiga konstruk ini dalam satu model komprehensif di kawasan bandar seperti Bandar Baru Bangi masih terhad. Justeru, kajian ini mengisi jurang tersebut dengan menilai peranan sikap sebagai pemboleh ubah pengantara dalam menentukan tingkah laku pemilihan makanan halal yang lebih berintegriti.

Justeru, kajian ini mengisi jurang tersebut dengan menilai peranan sikap sebagai pemboleh ubah pengantara dalam menentukan tingkah laku pemilihan makanan halal yang lebih berintegriti. Berdasarkan perbincangan literatur di atas, kajian ini mengaplikasikan Teori Kognitif Sosial (SCT) bagi memperincikan mekanisme hubungan antara kognitif dan tindakan pengguna. Melalui lensa SCT, pemilihan makanan halal dilihat sebagai hasil interaksi dinamik yang diterjemahkan ke dalam tiga hipotesis utama:

#### 1. Perkaitan antara Pengetahuan dan Sikap (H1)

Selari dengan hujah Hashim (2022) mengenai kepentingan kefahaman mendalam terhadap konsep halal dan tayyiban, SCT mencadangkan bahawa pengetahuan berfungsi sebagai input kognitif utama. Pengetahuan yang tepat mengenai fungsi JAKIM dan kriteria saintifik halal bukan sekadar maklumat luaran, tetapi menjadi asas kepada pembentukan kepercayaan individu. Apabila tahap literasi halal meningkat, pengguna cenderung untuk membentuk sikap yang lebih positif dan komited terhadap tuntutan syarak. Justeru, hipotesis berikut dikemukakan:

- H1: Terdapat hubungan positif yang signifikan antara pengetahuan pengguna Muslim dan sikap terhadap pemilihan makanan halal.

#### 2. Perkaitan antara Sikap dan Tingkah Laku (H2)

SCT menekankan konsep "jangkaan hasil" (*outcome expectations*), di mana individu akan bertindak jika mereka percaya tindakan tersebut membawa keberkatan dan keselamatan. Sikap yang positif terhadap pensijilan halal mencerminkan kesediaan

mental untuk mematuhi prinsip *tabayyun* seperti yang ditekankan oleh Omar dan Khairul Haizat (2024). Sikap yang kukuh ini akan menterjemahkan niat kepada tindakan fizikal yang tekal, seperti memeriksa label dan memilih premis yang diiktiraf. Oleh itu, hipotesis kedua dirangka seperti berikut:

- H2: Terdapat hubungan positif yang signifikan antara sikap dan tingkah laku pemilihan makanan halal.

#### 3. Peranan Sikap sebagai Pengantara (H3)

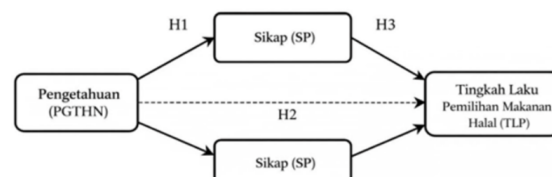
Integrasi literatur menunjukkan bahawa pengetahuan sahaja tidak memadai untuk mengubah tingkah laku tanpa sokongan kognitif yang dinamik (Bagherniya et al., 2015). Dalam konteks Bandar Baru Bangi yang mempunyai kepelbagaian pilihan makanan, sikap berfungsi sebagai "jambatan" atau pengantara. Pengetahuan mengenai logo halal mungkin diabaikan akibat pengaruh media sosial jika ia tidak diproses melalui anjakan sikap yang mementingkan integriti halal. Justeru, peranan sikap sebagai pengantara adalah kritikal bagi memastikan pengetahuan kognitif diterjemahkan secara efektif kepada tingkah laku pemilihan yang berintegriti. Maka, hipotesis ketiga dikemukakan:

- H3: Sikap bertindak sebagai pengantara yang signifikan dalam hubungan antara pengetahuan dan tingkah laku pemilihan makanan halal.

## METODOLOGI

Kajian ini menggunakan pendekatan kaedah campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan analisis dokumen dan kajian tinjauan kuantitatif. Reka bentuk ini dipilih bagi meneliti kriteria pensijilan halal daripada sudut institusi serta menguji pengaruh kognitif terhadap tingkah laku pengguna secara serentak. Kerangka konseptual kajian yang dibina berasaskan Teori Kognitif Sosial (SCT) dipaparkan dalam Rajah 1.

Rajah 1. Kerangka Konseptual Kajian berasaskan SCT



Rajah 1 memaparkan kerangka konseptual kajian yang dibina berasaskan elemen dalam Teori Kognitif Sosial (SCT). Kerangka ini mengandaikan bahawa Pengetahuan pengguna terhadap pensijilan halal bertindak sebagai input kognitif utama. Input ini akan mempengaruhi pembentukan Sikap, yang seterusnya

memacu Tingkah Laku pemilihan makanan halal. Aliran ini menunjukkan bahawa proses pemilihan makanan oleh pengguna Muslim di Bandar Baru Bangi adalah hasil daripada penilaian kognitif yang dipengaruhi oleh kefahaman mereka terhadap sistem halal.

Instrumen utama yang digunakan dalam kajian ini adalah soal selidik berstruktur dan borang analisis dokumen. Soal selidik dibahagikan kepada empat bahagian utama seperti yang diringkaskan dalam Jadual 1. Setiap konstruk diukur menggunakan skala Likert lima mata. Instrumen ini telah melalui ujian rintis bagi memastikan kebolehpercayaan item, dan perincian item disertakan dalam Lampiran A.

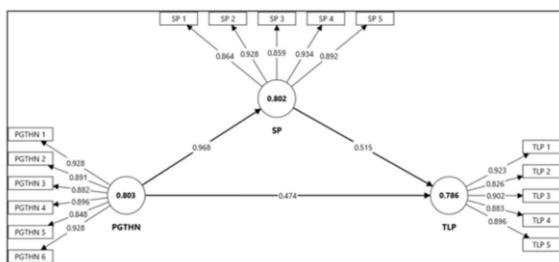
Jadual 1. Struktur Instrumen Soal Selidik

Bah.	Konstruk / Pemboleh Ubah	Bil. Item	Sumber
A	Demografi Responden	4	Dibina sendiri
B	Pengetahuan Pengguna (PGTHN)	6	Diadaptasi daripada sorotan literatur
C	Sikap Pengguna (SP)	5	Diadaptasi daripada sorotan literatur
D	Tingkah Laku Pemilihan (TLP)	5	Diadaptasi daripada sorotan literatur

Sumber: Analisis Dokumen Kajian, 2026

Model struktur kajian ini menguji hubungan antara kognitif individu dan tingkah laku melalui tiga hipotesis utama. Model ini menilai hubungan langsung dan kesan pengantaraan sikap seperti yang dipaparkan dalam Rajah 2.

Rajah 2. Model Struktur dan Hipotesis Kajian



Model struktur kajian ini menguji hubungan antara kognitif individu dan tingkah laku melalui tiga hipotesis utama. Model ini menilai hubungan langsung dan kesan pengantaraan sikap seperti yang dipaparkan dalam Rajah 2. Berdasarkan kerangka model tersebut, hipotesis yang akan diuji menggunakan analisis PLS-SEM adalah:

H1: Terdapat hubungan positif yang signifikan antara pengetahuan dan sikap pengguna Muslim.

H2: Terdapat hubungan positif yang signifikan antara sikap dan tingkah laku pemilihan makanan halal.

H3: Sikap bertindak sebagai pengantara yang signifikan dalam hubungan antara pengetahuan dan tingkah laku pemilihan makanan.

DAPATAN KAJIAN

Pengujian model struktur dijalankan bagi menilai kekuatan hubungan antara konstruk pengetahuan, sikap, dan tingkah laku pemilihan makanan halal dalam kalangan pengguna Muslim di Bandar Baru Bangi. Pengujian hipotesis dijalankan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan prosedur *bootstrapping* sebanyak 5,000 sampel ulangan bagi menghasilkan anggaran ralat piawai, nilai-t dan nilai-p yang stabil. Ujian signifikan adalah berdasarkan ujian satu hala (*one-tailed test*), di mana sesuatu hubungan dianggap signifikan apabila nilai  $t > 1.645$  dan  $p < 0.05$ . Keputusan analisis kesan langsung diringkaskan dalam Jadual 2.

Jadual 2 : Rumusan Keputusan Hipotesis (Kesan Langsung)

Hipotesis	Laluan	Sampel asal (O)	Stahin piawai (STDEV)	Statistik-t ( O /STDEV)	Nilai-p	Bias / Kecondongan	5.00%	95.00%	keputusan
H1	PGTHN > SP	0.968	0.008	128.721	0	0	0.953	0.978	Disokong
H2	PGTHN > TLP	0.474	0.094	5.041	0	0.009	0.334	0.637	Disokong
H3	SP > TLP	0.515	0.095	5.439	0	0.009	0.351	0.657	Disokong

Sumber: Data kajian lapangan (2025)

Keputusan analisis menunjukkan bahawa kesemua hipotesis kesan langsung adalah disokong dengan hubungan yang positif dan signifikan. Bagi Hipotesis 1 (H1), pengetahuan mempunyai pengaruh yang sangat dominan terhadap sikap ( $\beta = 0.968$ ,  $t = 128.721$ ,  $p < 0.001$ ). Dapatan ini membuktikan bahawa kefahaman mendalam mengenai sistem pensijilan halal menjadi penggerak utama dalam membentuk persepsi dan keyakinan pengguna.

Seterusnya, Hipotesis 2 (H2) menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara pengetahuan dan tingkah laku ( $\beta = 0.474$ ,  $t = 5.041$ ,  $p < 0.001$ ). Walaupun signifikan, pekali laluan yang lebih rendah berbanding H1 menunjukkan bahawa pengetahuan secara langsung mendorong tindakan praktikal, namun memerlukan elemen kognitif tambahan untuk memastikan ketekalan tingkah laku. Bagi Hipotesis 3 (H3), sikap terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkah laku ( $\beta = 0.515$ ,  $t = 5.439$ ,  $p < 0.001$ ), sekali gus mengesahkan bahawa sikap yang positif menterjemahkan pengetahuan kepada amalan pemilihan makanan halal yang lebih berintegriti.

Analisis Kesan Tidak Langsung (Mediasi)

Kajian ini turut menilai peranan sikap sebagai pemboleh ubah pengantara antara pengetahuan dan tingkah laku pemilihan makanan halal. Keputusan analisis kesan tidak langsung diringkaskan dalam Jadual 3.

Jadual 3. Analisis Kesan Tidak Langsung (Mediasi)

Laluan	Sampel - asal (0)	Statistik- t	Nilai- p
PGTHN>SP>TL P	0.499	5.512	0.000

Sumber: Data kajian lapangan (2025)

Dapatan menunjukkan bahawa kesan tidak langsung adalah signifikan ( $\beta = 0.499$ ,  $t = 5.512$ ,  $p < 0.001$ ), yang mengesahkan bahawa sikap berfungsi sebagai pengantara separa (*partial mediation*). Ini membuktikan bahawa peningkatan pengetahuan bukan sahaja memberi kesan langsung kepada tindakan, malah diperkukuhkan melalui pembentukan sikap yang positif. Secara keseluruhannya, model struktur ini menunjukkan keupayaan ramalan yang kukuh dalam menerangkan proses pembentukan tingkah laku pemilihan makanan halal dalam kalangan pengguna Muslim di Bandar Baru Bangi melalui interaksi faktor kognitif yang dinamik.

## PERBINCANGAN

### Tahap Pengetahuan, Sikap dan Tingkah Laku Pengguna

Dapatan kajian menunjukkan bahawa pengguna Muslim di Bandar Baru Bangi memiliki tahap pengetahuan, sikap, dan tingkah laku yang positif terhadap pemilihan makanan halal. Kesedaran yang tinggi ini selari dengan kajian Vanany et al. (2019) yang menyatakan bahawa pengguna di negara majoriti Islam mempunyai pendedahan berterusan terhadap norma halal. Namun, analisis mendalam mendapati pengetahuan tersebut lebih bersifat "simbolik" (tertumpu kepada logo dan kebersihan) berbanding teknikal (prosedur audit dan sistem jaminan halal). Fenomena ini konsisten dengan hujah Mohd Amri Abdullah et al. (2021) bahawa dimensi teknikal pensijilan masih kurang difahami oleh masyarakat awam. Dari perspektif SCT, hal ini membuktikan bahawa pengetahuan tidak semestinya perlu bersifat teknikal untuk mempengaruhi tindakan; memadai bagi pengetahuan asas berfungsi sebagai *cognitive representation* yang membentuk kepercayaan dan rujukan mental individu (Bandura, 2001).

### Pembentukan Sikap melalui Interaksi Kognitif dan Sosial

Analisis menunjukkan pengetahuan mempunyai

pengaruh yang sangat kuat terhadap pembentukan sikap. Dalam kerangka SCT, sikap tidak terbentuk secara linear, tetapi melalui proses pembelajaran sosial (*social learning*) dan pengukuhan nilai (Bandura, 2001). Pengguna Muslim membentuk sikap positif bukan sekadar melalui kefahaman prosedur, tetapi hasil pendedahan jangka panjang terhadap mesej agama dan pengalaman keluarga. Dapatan ini menyokong kajian Abdou et al. (2024) yang menunjukkan pensijilan halal berfungsi sebagai *cognitive-affective cue* yang membina kepercayaan. Selain itu, elemen emosi seperti rasa tenang dan selamat apabila memilih produk halal memperkukuh sikap positif tersebut, selari dengan model SCT yang diperluas oleh Brückner et al. (2024).

### Hubungan Langsung Pengetahuan dan Tingkah Laku yang Bersyarat

Kajian ini mengesahkan wujudnya hubungan langsung yang signifikan antara pengetahuan dan tingkah laku pemilihan makanan. Walau bagaimanapun, kekuatan hubungan ini adalah pada tahap sederhana. Hal ini menunjukkan bahawa dalam persekitaran bandar yang kompleks seperti di Bandar Baru Bangi, pengetahuan teori semata-mata belum cukup kuat untuk menjamin tingkah laku yang tekal tanpa pengaruh faktor lain (Faradillah & Nurul Masyitah, 2024). Merujuk kepada prinsip *triadic reciprocal determinism*, tingkah laku adalah hasil interaksi dinamik antara faktor kognitif, peribadi (religiositi), dan persekitaran. Kekangan persekitaran, seperti ketiadaan logo halal yang jelas di premis moden, boleh melemahkan kesan langsung pengetahuan terhadap tindakan sebenar (Bandura, 2001; Ali et al., 2018).

### Peranan Sikap sebagai Pengantara Separa

Signifikansi utama kajian ini adalah pembuktian bahawa sikap berfungsi sebagai pemboleh ubah pengantara separa (*partial mediation*). Ini bermakna sebahagian kesan pengetahuan terhadap tingkah laku dijelaskan melalui perubahan sikap, manakala sebahagian lagi berlaku secara langsung. Bandura (2001) menegaskan bahawa individu memerlukan penilaian dalaman dan jangkaan hasil (*outcome expectations*) sebelum sesuatu tingkah laku dilaksanakan secara konsisten.

Sikap yang kukuh terhadap integriti halal bertindak sebagai pemangkin motivasi (*motivational catalyst*) yang menghubungkan kognitif dengan tindakan. Dapatan ini selari dengan Wijaya et al. (2021) yang meletakkan sikap sebagai jambatan psikologi antara kesedaran dan amalan. Hakikat bahawa ia adalah pengantara separa menunjukkan pengguna Muslim kadangkala membuat keputusan pantas berdasarkan pengetahuan asas dan

pengalaman lalu tanpa melalui penilaian sikap yang mendalam. Secara teoretikal, pengesahan ini memperkukuh aplikasi SCT dalam konteks halal yang sarat dengan nilai spiritual dan norma sosial, membuktikan bahawa tingkah laku halal terbentuk melalui laluan kognitif yang kompleks dan tidak linear. Justeru, usaha meningkatkan kepatuhan halal tidak boleh hanya bergantung kepada penyampaian maklumat, tetapi perlu memberi tumpuan kepada pembentukan sikap positif melalui pengalaman sosial dan persekitaran yang menyokong.

### KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, kajian ini mengesahkan bahawa pengetahuan dan sikap merupakan pemboleh ubah kognitif yang kritikal dalam mencorakkan tingkah laku pemilihan makanan halal dalam kalangan pengguna Muslim di Bandar Baru Bangi. Penemuan utama membuktikan bahawa pengetahuan bukan sahaja bertindak sebagai asas kepada tindakan praktikal, malah secara dominan membentuk sikap individu terhadap integriti sistem pensijilan halal. Keberhasilan model struktur dalam menunjukkan peranan sikap sebagai pengantara separa memperkukuh aplikasi Teori Kognitif Sosial (SCT) dalam bidang kepenggunaan Islam, di mana proses transformasi maklumat kepada amalan memerlukan penilaian kognitif dan emosi yang positif.

Implikasi kajian ini menekankan keperluan bagi pihak berautoriti seperti JAKIM dan JAIN untuk mengalihkan fokus pendidikan halal daripada sekadar pengenalan logo (simbolik) kepada kefahaman prosedur teknikal dan nilai *halalan tayyiban* yang lebih mendalam. Peningkatan literasi halal secara menyeluruh dapat memperkukuh sikap kawal sendiri pengguna dalam mendepani cabaran pasaran bandar yang semakin kompleks dan digital. Bagi penyelidikan akan datang, adalah dicadangkan agar model ini diperluas dengan memasukkan faktor luaran seperti pengaruh media sosial atau pengantara lain seperti kepercayaan pengguna (*consumer trust*) bagi mendapatkan gambaran yang lebih holistik mengenai dinamika tingkah laku halal di Malaysia.

### RUJUKAN

- Al-Quran al-Karim
- Ab Rahman, A. (2019). Panduan penentuan makanan halal menurut pandangan ulama serta kesannya terhadap IKS Muslim di Malaysia [Kertas kerja]. Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Abdou, A., Chan, M., Rehman, S., Albakhit, A., & Almahayitah, M. (2024). Islamic food laws: Customer satisfaction effect halal purchase intention in China. Moderating role of religiosity. *British Food Journal*, 126(8), 3088–3112.
- Abdulraof, A. (2024). The impacts of halal certification policies in the Philippines: A literature review. *Cognizance Journal of Multidisciplinary Studies*, 4(12), 648–667.
- Adila, M., & Rahmi, D. (2024). Identifikasi tingkat literasi halal dan minat untuk mengajukan sertifikasi halal pada UMKM kuliner di Kota Bandung. *Bandung Conference Series Economics Studies*, 4(1), 322–328.
- Afiya, N., Permadi, Y., Rahmatullah, S., & Ningrum, W. (2022). Analisis pengelolaan manajemen logistik obat di instalasi farmasi rumah sakit QIM Batang tahun 2021. *Jurnal Ilmiah Jophus Journal of Pharmacy Umus*, 3(02), 138–145.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ali, A., Ali, A., Guo, X., Sherwani, M., & Hussain, S. (2018). Expanding the theory of planned behaviour to predict Chinese Muslims halal meat purchase intention. *British Food Journal*, 120(1), 2–17.
- Amin, H., & Lahaji, S. (2021). Factors influencing non-Muslim consumers' acceptance of halal products in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 1001–1017.
- Ariffin, M., Riza, N., Hamdan, M., Radzi, M., Rahman, N., & Hamid, M. (2024). Nama haram tapi produk halal: Pandangan dari perspektif undang-undang Malaysia dan hukum Islam. *Malaysian Journal of Syariah and Law*, 12(1), 157–173.
- Asnawi, N., Sukoco, B., & Fanani, M. (2018). Halal products consumption in international chain restaurants among global Moslem consumers. *International Journal of Emerging Markets*, 13(5), 1273–1290.
- Aziz, A., & Hussin, A. R. (2024). Thematic analysis of interview insights: Challenges in halal auditing practices in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(1).
- Aziz, S., Salleh, M., Halim, M., & Said, H. (2020). Amalan terbaik pelaksanaan sertu dalam industri halal di Malaysia. *Journal of Fatwa Management and Research*, 23(1), 29–52.
- Azman, N., Zainol, N., & Zahari, W. (2024). Penggunaan penapis air di Malaysia: Analisis isu dan cabaran berlandaskan prinsip halalan toyyiban. *Journal of Quranic Sciences and Research*, 5(1).
- Baghermiya, M., Sharma, M., Mostafavi, F., & Keshavarz, S. (2015). Application of Social Cognitive Theory in Predicting Childhood Obesity Prevention Behaviors in Overweight and Obese Iranian Adolescents. *International Quarterly of Community Health Education*, 35(2), 133–147.
- Benítez, J., Henseler, J., Castillo, A., & Schuberth, F. (2020). How to perform and report an impactful analysis using partial least squares: Guidelines for confirmatory and explanatory IS research. *Information & Management*, 57(2), 103168.
- Bonne, K., Vermeir, I., Bergeaud-Blackler, F., & Verbeke, W. (2007). Determinants of halal meat consumption in France. *British Food Journal*, 109(5), 367–386.
- Brückner, K., Emberger-Klein, A., & Menrad, K. (2024). How do emotions influence healthy food choice? Investigating an extended framework of the social-cognitive theory. *British Food Journal*, 126(13), 486–503.
- Cherenkov, V., & Musayeva, A. (2020). Halal certification as a quality cue for non-Muslim consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1351–1368.

- Dewi, I., Taufiq, H., & Sunandari, A. (2022). Upaya peningkatan pemahaman penggunaan produk eliksir dan sirup halal melalui kegiatan pengabdian di apotek karunia sehat baru Kabupaten Semarang. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(6), 1869–1874.
- Duwila, M., Syafaat, M., Kasiyanto, K., & Irwansyah, A. (2024). Prototype sistem tata gudang otomatis pada gudang kaporlap di satuan bekap TNI AD berbasis PLC. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 12(3).
- Esa, E., & Nasiri, A. (2019). The influence of halal awareness and attitudes on halal food consumption. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(6), 191–203
- Faradillah Iqmar Omar, & Nurul Masyitah Khairul Haizat. (2024). Media sosial dan produk halal: Tinjauan awal terhadap pengaruh, pengetahuan dan pembelian produk halal di Malaysia. Universiti Islam Selangor; Universiti Sultan Zainal Abidin, Malaysia.
- Farida, et al. (2023). Pelatihan dan pendampingan legalitas usaha produk makanan UMKM berbasis produk halal. *Jurnal Alifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(5).
- Fatimah, S., & Hidayat, A. (2016). Kesedaran pengguna Muslim terhadap pensijilan halal di Malaysia. *Jurnal Syariah*, 24(2), 233–256.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). Sage Publications.
- Hashim, K. E. (2022). Kepentingan memahami konsep halal dan tayyiban dalam aspek keselamatan makanan di kalangan mahasiswa Muslim: Pandangan daripada perspektif maqasid syariah memelihara nyawa. ResearchGate.
- Hashim, K., Mohammad, N., Saidon, R., & Alias, M. (2022). Pensijilan halal Malaysia dalam memenuhi penjagaan hifz al-nafs dan peranan pengusaha. *International Journal of Humanities Technology and Civilization*, 7(2), 10–18.
- Hashim, R., Ahmad, N., & Yusof, S. (2022). Development of halal certification in Malaysia. *Journal of Food Science*.
- Hassan, F., Rahman, R. A., & Ali, M. (2023). Global halal market and Malaysia's role as halal hub. USIM Open Access Repository.
- Hassan, M., Zamri, M., & Fadilah, A. (2023). Cabaran semasa usahawan dalam permohonan pensijilan halal Malaysia di Negeri Perlis. *International Journal of Islamic Business*, 8(2), 58–70.
- Hazban, N., & Nasohah, Z. (2023). Penguatkuasaan undang-undang status halal premis makanan di Malaysia. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 8(2), e002099.
- Husna, A., Hashim, K., & Affendi, A. (2023). Analisis undang-undang dalam membasmi isu halal. *Journal of Management and Muamalah*, 13(1), 56–68.
- Husna, N., Abdullah, S., & Latif, R. (2023). Maqasid Shariah and halal food governance. *Journal of Islamic Economics*, 11(1).
- Identiti, I., Rimet, R., Suryadi, N., & Museliza, V. (2024). Halal label and purchasing decisions in fast food restaurants in Pekanbaru, Riau. *Invest Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 26–33.
- Idris, N., et al. (2022). Tahap pematuhan pensijilan halal Malaysia dalam kalangan pengurus restoran makanan segera di Negeri Johor. *Umran - International Journal of Islamic and Civilizational Studies*, 9(3).
- Ismanto, I., et al. (2024). Peningkatan kualitas UMKM melalui pendampingan sertifikasi halal. *Journal of Community Engagement*.
- Kamal, N., Othman, M., Borhan, F., & Basir, S. (2025). Program bimbingan kesedaran halal untuk pelarian (refugee) di Malaysia: Suatu tinjauan awal. *E-Bangi Journal of Social Science and Humanities*, 22(1).
- Khalek, A., Hayaati, P., & Ibrahim, H. (2023). A model integrating Islamic religiosity and Theory of Planned Behavior to explain the dynamics of halal consumption behaviors. *RIS*, 10(1), 69–81.
- Khan, H. M., & Nasiruddin, R. G. (2021). Muslim consumers' awareness and attitudes towards halal food ingredients. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1348–1364.
- Lee, U., Yusof, Z., Ismail, A., & Daud, A. (2023). Addressing key importance of halal certificate in meat-based industry. *Sains Insani*, 8(2), 319–326.
- M., M., Abdullah, R., & Razak, L. (2019). The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1091–1104.
- Meyer, K. B., & Simons, J. (2021). Good attitudes are not good enough: Attitude-behaviour inconsistencies in sustainable food choice. *Foods*, 10(6), 1317.
- Mohamad, M., & Rahman, A. A. (2018). Knowledge, attitude and behaviour of Muslim consumers towards halal food products. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 837–852.
- Mohamad Noor, N. N., & Mohamed Elias, E. H. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi keyakinan pelajar Muslim terhadap logo halal produk makanan antarabangsa. *Jurnal Syariah*, 25(2), 215–240
- Mohd Amri Abdullah, Zalina Zakaria, Ahmad Hidayat Buang, & Siti Zubaidah Ismail. (2021). Pensijilan halal di Malaysia: Suatu analisis pensejarahan dan perkembangannya. *Jurnal Syariah*, 29(1), 1–32.
- Mohd Nor, N., & Hassan, Z. (2022). Kesedaran pelajar terhadap pensijilan halal, kesedaran halal, komposisi makanan dan minat membeli produk halal dalam kalangan pelajar Kolej Komuniti Hulu Langat, Kajang Selangor. *International Journal of Humanities Technology and Civilization*, 7(2), 67–76.
- Nashiroh, A., Apriliyani, M., Mahardieka, C., & Iswanto, A. (2024). Strategi efektif dalam manajemen logistik kesehatan: Mengoptimalkan stok penyimpanan obat di rumah sakit. *Indonesian Journal of Health Science*, 4(3), 227–232.
- Nawi, et al. (2021). Saiz organisasi berperanan sebagai moderator antara amalan piawaian halal dan prestasi organisasi. *Umran - International Journal of Islamic and Civilizational Studies*, 8(3).
- Ng, S. I., Karim, M. S., & Yusoff, N. H. (2021). The role of halal certification in food industry. UiTM Institutional Repository.
- Noraizan, M., & Idha, A. (2019). Pendidikan kesedaran halal melalui kurikulum pembelajaran mata pelajaran pendidikan Islam sekolah-sekolah di Malaysia. *Global Journal Al-Thaqafah*, 51, 133–144.

- Norazlina, M., & Hasnah, H. (2019). Tahap kefahaman pengguna Muslim terhadap logo halal di Malaysia. *Jurnal Pengguna Malaysia*, 33, 45–59.
- Norhidayah Pausia, & Saadan Man. (2016). Perkembangan pentadbiran pensijilan halal di Malaysia 1974–2016: Satu tinjauan. *Jurnal Fiqh*, 13, 1–26.
- Norzalita, A. A. (2020). Kekeliruan logo halal dan implikasinya terhadap keyakinan pengguna Muslim. *Journal of Halal Industry Research*, 2(1), 15–27.
- Nursalwani, N., et al. (2023). The perception on halal label of MAMEE products among consumers in Selangor. *Journal of Halal Industry Services*.
- Nurshafika, Z., Ahmad, R., & Hamzah, N. (2025). Consumer awareness of halal logo usage in Malaysia. Prosiding Persidangan Halal Kebangsaan, Malaysia.
- Rahman, S. (2025). Analisis elemen kritikal hotel patuh syariah: Kajian kes di Malaysia. *JHSMR*, 1(1), 83–98.
- Rahmayosa, R., Madjakusumah, D., & Srisusilawati, P. (2022). Analisis perilaku konsumen muslim dalam penggunaan produk soju non alkohol. *Bandung Conference Series Sharia Economic Law*, 2(2).
- Rishelin, N., Ardi, R., & Suryadi, I. (2023). Pengembangan model kriteria penilaian manajemen risiko halal supply chain daging pada bagian downstream di Indonesia. *Jurnal PASTI (Penelitian Dan Aplikasi Sistem Dan Teknik Industri)*, 17(1), 126.
- Salleh, M., Subri, I., Deuraseh, N., Rahman, S., Mustafa, S., & Jamaludin, M. (2020). Analisis penggunaan tulang haiwan dalam produk penapis air dari perspektif halal: Kajian di Hijrah Water Sdn. Bhd. *Ulūm Islāmiyyah Journal*, 30, 43–60.
- Sari, M., Rusydiana, A., Indra, I., & Avedta, S. (2023). How do halal component and marketing drive muslim consumers? *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 5(2), 143–166.
- Shaharuddin, A. (2019). Halal governance and consumer protection in Malaysia. *Lantern Journal*.
- Shirin, A. (2019). Indonesia's halal product assurance law and its implications. *International Journal of Civil Society*.
- Shirin, R. (2019). An overview of the developments of halal certification laws in Malaysia, Singapore, Brunei and Indonesia. *Jurnal Syariah*, 27(1), 173–200.
- Silalahi, S., Fachrurazi, F., & Fahham, A. (2021). Factors affecting intention to adopt halal practices: Case study of Indonesian small and medium enterprises. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1244–1263.
- Siska, S., Rahmi, H., & Situmorang, A. (2020). The effectiveness of technical guidance for entrepreneurs in small and medium enterprises in facing halal certification. *Indonesian Journal of Halal Research*, 2(2), 46–49.
- Sofian, F., et al. (2023). Pembangunan industri halal: Kajian perbandingan prosedur dan proses pensijilan halal dan pengauditan serta cabaran dihadapi oleh Malaysia dan Thailand. *E-Bangi Journal of Social Science and Humanities*, 20(1).
- Susanty, A., et al. (2020). Mapping the barriers for implementing halal logistics in Indonesian food, beverage and ingredient companies. *Journal of Islamic Marketing*.
- Vanany, I., Soon, J., Maryani, A., & Wibawa, B. (2019). Determinants of halal-food consumption in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 507–521.
- Wibowo, A., et al. (2020). Halal food credence: Do the Malaysian non-Muslim consumers hesitate? *Journal of Islamic Marketing*.
- Wijaya, S., Hamid, A. B. A., & Nordin, N. H. (2021). Halal certification as a marketing strategy and consumer trust. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 718–734.
- Wijaya, T., Nurbayah, S., Zahro, F., & Ningsih, F. (2021). Pariwisata halal di Indonesia: Kajian terhadap fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). *Trilogi Jurnal Ilmu Teknologi Kesehatan Dan Humaniora*, 2(3), 284–294.
- Yaacob, N., et al. (2024). Determinant factors of consumer purchase intention towards halal cosmetic product consumption. *Journal of Islamic Marketing*.
- Zaid, A., Nordin, N., Khairuldin, W., & Samsuddin, N. (2024). Konvergensi halal dan organik dalam produk makanan. *E-PIBAF*, 11(1), 661–668.
- Zainuddin, et al. (2023). Piagam pelanggan dalam pengurusan persijilan halal di JAKIM menurut perspektif Islam. *IIECONS*.
- Zakaria, M., Ismail, M., Fee, L., Yusoff, M., & Razak, R. (2022). Pendidikan dan latihan sebagai alternatif meningkatkan kemahiran sumber manusia dalam pembangunan industri halal Malaysia. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(11), e001927.
- Zakaria, M., Sulaiman, A., Razak, R., & Yusoff, M. (2022). Penyelidikan dan pembangunan ekosistem halal dalam meningkatkan daya saing industri halal Malaysia. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(10), e001826.
- Zakaria, Z., Mahmud, M., & Nordin, N. (2022). Halal International Selangor and state-level halal governance. *Malaysian Journal of Syariah and Law*.
- Zuchrillah, D., Altway, S., Karisma, A., Agustiani, E., & Suprpto, S. (2022). Pendampingan UMKM binaan koperasi wanita setia bhakti wanita Surabaya menuju sertifikasi halal. *JPP Iptek (Jurnal Pengabdian Dan Penerapan Iptek)*, 6(2), 153–160.
- Zulkarnain, N., Rosli, N., Jamali, F., Zulazli, N., & Misba, N. (2025). Kesedaran pengguna di Malaysia terhadap produk berasaskan logo halal. *Journal of Islamic Philanthropy and Social Finance*, 7(1), 1–11.