

**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN TERHADAP KOSMETIK HALAL
(studi kasus : Mahasiswi Ekonomi Islam Angkatan 2018 Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR
SARJANA EKONOMI ISLAM**



oleh:

**RIZKY SHAFRINA LUKMANIA
NIM: 041811433187**

PROGRAM STUDI S1 EKONOMI ISLAM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

**ANALYSIS OF CONSUMER PURCHASING DECISIONS ON
HALAL COSMETICS**

**(case study: Islamic Economics Student Class of 2018 Faculty of
Economics and Business Universitas Airlangga)**

THESIS

**SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
BACHELOR OF ISLAMIC ECONOMICS**



by:

**RIZKY SHAFRINA LUKMANIA
NIM: 041811433187**

ISLAMIC ECONOMICS STUDY PROGRAM

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN TERHADAP KOSMETIK HALAL**

**(studi kasus : Mahasiswi Ekonomi Islam Angkatan 2018 Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga)**

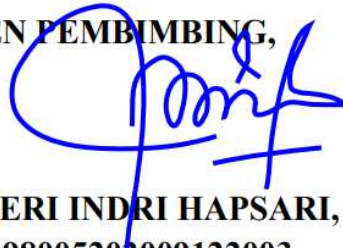
DIAJUKAN OLEH:

RIZKY SHAFRINA LUKMANIA

NIM: 041811433187

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. MERI INDRI HAPSARI, S.E., M.SI 29 SEPTEMBER 2022
NIP. 198005202009122003

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



BAYU ARIE FIANTO, SE., MBA., Ph.D 29 SEPTEMBER 2022
NIP. 198502102010121004

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Rizky Shafrina Lukmania, 041811433187), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 01 September 2022



Rizky Shafrina Lukmania

NIM: 041811433187

DECLARATION

I, (Rizky Shafrina Lukmania, 041811433187), declare that:

1. My thesis is genuine and truly my own creation, and is not another's person work made under my name, nor a piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree in Universitas Airlangga or in any other Universities/Colleges.
2. This thesis does not contain any work or opinion written or published by anyone, unless clearly acknowledged or refereed to by quoting the author's name and stated in the references.
3. This statement is true; if on the future this statement is proven to be fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulations in Universitas Airlangga.

Surabaya, 01 September 2022



Rizky Shafrina Lukmania

NIM: 041811433187

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mendapatkan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Skripsi yang berjudul “ ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP KOSMETIK HALAL (studi kasus: Mahasiswi Ekonomi Islam Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Airlangga) merupakan salah satu persyaratan akademik yang harus dikerjakan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam Universitas Airlangga. Dalam penulisan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta’ala dan Nabi Muhammad Shalallaahu ‘Alayhi Wasallam yang selalu melimpahkan rahmat dan ridhonya sehingga memberikan kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini dan selalu memberikan ketenangan di saat sulit.
2. Prof. Dr. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak., CMA., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, beserta jajarannya.
3. Dr. Sri Herianingrum, S.E., M.Si., selaku Ketua Departemen Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
4. Bayu Arie Fianto, S.E., MBA., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
5. Dr.Meri Indri Hapsari, SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan saran yang sangat bermanfaat kepada penulis. Terima kasih banyak atas motivasi-motivasi yang telah ibu berikan kepada penulis.
6. Eko Fajar Cahyono, S.E., ME. selaku dosen wali penulis yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh staff pengajar dan staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya staff pengajar dan staff administrasi Departemen Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

8. Kedua orang tua penulis, Mama dan Ayah beserta kakak saya yaitu mbak Lully, mas Sindu, dan adek Daffa yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang yang tulus serta doa yang tidak pernah berhenti sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik
9. Niza, Rama, Tsamara, Alma, Lian, dan wanita sholeha
10. Terima kasih sudah menemani, memberi dukungan, dan memberi saran atas keluhan penulis selama proses mengerjakan skripsi.
11. Sobat penulis yaitu 4N: Nadiva, Nila, Nirmala dan lalak serta yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan semangat yang telah diberikan.
12. Ilwas yang memberi semangat dan selalu memotivasi saya
13. Teman-teman angkatan Ekonomi Islam 2018, terima kasih atas dukungan langsung maupun tidak langsung kepada penulis.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang sangat berjasa dalam penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi kita semua. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Surabaya, 01 September 2022



Rizky Shafrina Lukmania

041811433187

**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN TERHADAP KOSMETIK HALAL
(studi kasus : Mahasiswi Ekonomi Islam Angkatan 2018 Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga)**

Rizky Shafrina Lukmania

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Halal pada Mahasiswi EKIS 2018 FEB UNAIR. Tujuan penelitian untuk mengetahui proses pengambilan keputusan pembelian, faktor perilaku pembelian dominan dan tingkat pengetahuan. Metode digunakan yaitu kualitatif pendekatan studi kasus eksplorasi, Teknik penarikan sampel non-probability sampling jenis purposive sampling sebanyak 6 informan. Teknik analisis data digunakan *model Miles and Huberman*. Hasil penelitian menyatakan informan menggunakan 5 tahapan proses yaitu pengenalan permasalahan pada wajah dan menggunakan kosmetik agar terlihat cantik, sehingga kosmetik merupakan kebutuhan. Pencarian informasi dilakukan sosial media dan teman, Evaluasi alternative yaitu Bahan/kandungan dan Harga yang sesuai. Proses Keputusan pembelian menggunakan e-commerce dan e-money serta merek produk yaitu Wardah dan Emina, milik PT Paragon Technology. Terakhir, Perilaku Pasca pembelian yaitu kepuasan produk sehingga melakukan pembelian produk berulang. Faktor dominan adalah faktor sosial, serta mahasiswi memiliki tingkat pengetahuan baik pada kriteria produk kosmetik halal. Sehingga perusahaan kosmetik harus terdaftar di LPPOM-MUI .

Kata Kunci: Proses Keputusan Pembelian, Faktor Pembelian, Pengetahuan Halal, Mahasiswi, Kosmetik halal, Universitas Airlangga

ANALYSIS OF CONSUMER PURCHASING DECISIONS ON HALAL COSMETICS

(case study: Islamic Economics Student Class 2018 Faculty of Economics and Business Universitas Airlangga)

Rizky Shafrina Lukmania

ABSTRACT

This study analyzes Halal Cosmetic Purchase Decision Making on EKIS 2018 FEB UNAIR Students. The purpose of the study was to determine the purchasing decision-making process, the dominant buying behavior factors and the level of knowledge. The method used is a qualitative exploratory case study approach, non-probability sampling technique of sampling purposive sampling as many as 6 informants. The data analysis technique used the Miles and Huberman model. The results of the study stated that the informant used 5 stages of the process, namely recognizing problems on the face and using cosmetics to make it look beautiful, so cosmetics are a necessity. Information search is carried out by social media and friends, evaluation of alternatives, namely materials/contents and appropriate prices. The purchase decision process uses e-commerce and e-money as well as product brands, namely Wardah and Emina, owned by PT Paragon Technology. Finally, post-purchase behavior is product satisfaction so that they make repeated product purchases. The dominant factor is social factors, and female students have a good level of knowledge on the criteria for halal cosmetic products. So that cosmetic companies must be registered with LPPOM-MUI.

Keywords: Purchasing Decision Process, Purchasing Factors, Halal Knowledge, Student, Halal Cosmetics, Airlangga University

المستهلك اتخاذ قرار الشراء تحليل مستحضرات التجميل الحلال
(دراسة حالة: طلاب الاقتصاد الإسلامي فئة 2018 كلية الاقتصاد والأعمال ، جامعة إيرلانجا)

رزقي شفرينا لقمانيا

نبذة مختصرة

EKIS 2018 FEB تحلل هذه الدراسة اتخاذ قرار شراء مستحضرات التجميل الحلال على طلاب كان الغرض من الدراسة هو تحديد عملية اتخاذ القرار الشرائي وعوامل سلوك الشراء السائدة. UNAIR. ومستوى المعرفة. الطريقة المستخدمة هي منهج دراسة الحالة الاستكشافية النوعي ، تقنية أخذ العينات غير الاحتمالية مع أخذ عينات هادفة تصل إلى 6 مخبرين. استخدمت تقنية تحليل البيانات نموذج مايلز وهوبرمان وأوضحت نتائج الدراسة أن المخبر استخدم 5 مراحل من العملية وهي إدخال المشاكل على الوجه واستخدام مستحضرات التجميل لجعلها تبدو جميلة بحيث أصبحت مستحضرات التجميل ضرورية. يتم البحث عن المعلومات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والأصدقاء ، وتقييم البدائل ، أي المواد / المحتويات والأسعار المناسبة. تستخدم عملية اتخاذ قرار الشراء التجارة الإلكترونية والأموال الإلكترونية بالإضافة إلى ، أخيرًا. PT Paragon Technology. العلامات التجارية للمنتجات ، وهي ورده وإمينا ، المملوكة لشركة يعتبر سلوك ما بعد الشراء هو الرضا عن المنتج بحيث يقومون بشراء المنتج بشكل متكرر. العامل المهيمن هو العوامل الاجتماعية ، والطالبات على مستوى جيد من المعرفة حول معايير مستحضرات التجميل الحلال LPPOM-MUI. بحيث يجب أن تكون شركات مستحضرات التجميل مسجلة لدى

الكلمات المفتاحية: عملية قرار الشراء ، عوامل الشراء ، المعرفة الحلال ، طالب ، مستحضرات التجميل الحلال ، جامعة إيرلانجا

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin ini berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan

No.	Arab	Latin	Keterangan	No.	Arab	Latin	Keterangan
1	ا	-	Tidak dilambangkan	16	ط	ṭ	t (dengan titik di bawahnya)
2	ب	b	-	17	ظ	ẓ	z (dengan titik di bawahnya)
3	ت	t	-	18	ع	ʿ	koma terbalik terletak di atas
4	ث	ṡ	s (dengan titik di atasnya)	19	غ	g	-
5	ج	j	-	20	ف	f	-
6	ح	ḥ	h (dengan titik di bawahnya)	21	ق	q	-
7	خ	kh	-	22	ك	k	-
8	د	d	-	23	ل	l	-
9	ذ	ẓ	z (dengan titik di atasnya)	24	م	m	-
10	ر	r	-	25	ن	n	-
11	ز	z	-	26	و	w	-
12	س	s	-	27	هـ/ه	h	-
13	ش	sy	-	28	ء	ʾ	Apostrof
14	ص	ṣ	s (dengan titik di bawahnya)	29	ي	y	-
15	ض	ḍ	d (dengan titik di bawahnya)				

sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu;

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
يَ	Fathah dan ya	Ai	A dan I
وَ	Fathah dan wau	Au	A dan U

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ ... اِ ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>va</i>	ā	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	ī	i dan garis di atas
وِ	<i>dammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

4. *Ta marbu>t}ah*

Transliterasi untuk *ta marbu>t}ah* ada dua, yaitu *ta marbu>t}ah* yang hidup atau mendapat harakat *fath}ah*, *kasrah*, dan *d}ammah*, transliterasinya adalah (t). Sedangkan *ta marbu>t}ah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h), contoh جماعة ditulis *jamā'ah*, kecuali untuk kata-kata arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia seperti Shalat, Zakat, dan sebagainya.

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbu>t}ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbu>t}ah* itu ditransliterasikan dengan (h).

5. *Syaddah (Tasydi>d)*

Syaddah atau *tasydi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydi>d* (ˆ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Jika huruf ع bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ٓ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i>)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-)

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi *apostrof* (') hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat

yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari al-Qur'a>n), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh

9. *Lafz} al-Jala>lah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mud}a>f ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*. Adapun *ta marbu>t}ah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz} al-jala>lah*, ditransliterasi dengan huruf [t]

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku.

DAFTAR ISI

TITLE PAGE	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
DECLARATION	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
Lampiran 1 Lampiran Pertanyaan Wawancara	xviii
Lampiran 2 Dokumentasi dengan Informan	xviii
Lampiran 3 Data Mahasiswi dan Hasil Wawancara Informan	xviii
DAFTAR SINGKATAN	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Ringkasan Metode Penelitian	7
1.5 Ringkasan Hasil Penelitian.....	7
1.6 Kontribusi Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Prilaku Pembelian Konsumen.....	10
2.2 Keputusan Pembelian	11
2.2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	12
2.2.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.2.3 Keputusan Pembelian menurut Islam	16
2.3 Pengetahuan Produk Halal	17

2.3.1	Pentingnya konsumen memiliki ilmu pengetahuan menurut pandangan Islam	18
2.4	Kosmetik halal.....	19
2.4.1	Konsep kosmetik Halal.....	19
2.4.2	Kriteria/Indikator Kosmetik Halal.....	22
2.5	Mahasiswi	23
2.5.1	Pengertian Mahasiswi.....	23
2.5.2	Karakter Mahasiswi.....	23
2.6	Tinjauan Penelitian terdahulu	25
2.7	Model Analisis data.....	31
2.8	Kerangka Berpikir	33
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Pendekatan Penelitian	34
3.1.1	Metode Penelitian	34
3.1.2	Pendekatan Penelitian Studi Kasus	34
3.2	Ruang Lingkup Penelitian.....	35
3.2.1	Lokasi Penelitian	35
3.3	Sumber Data	36
3.3.1	Data Primer.....	36
3.3.2	Data Sekunder	37
3.4	Unit Analisis Data	37
3.5	Prosedur/Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6	Teknik Analisis Data.....	40
3.7	Teknik Validasi Data	42
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Gambaran Umum Subyek dan Obyek Penelitian.....	44
4.1.1	Gambaran Subyek Penelitian	44
4.1.2	Gambaran Objek Penelitian.....	50
4.1.3	Waktu Pelaksanaan Wawancara dan Dokumentansi Partisipan.....	52
4.1.4	Gambaran umum lokasi Penelitian.....	53
4.2	Deskripsi Penelitian	56
4.2.1	Proses Keputusan Pembelian	57
4.2.2	Hasil Penelitian Proses pengambilan Keputusan Pembelian.....	78

4.3	Faktor yang dominan pada keputusan pembelian.....	79
4.4	Pengetahuan Produk Kosmetik Halal.....	83
	Adanya pengetahuan produk kosmetik halal digunakan untuk mengetahui tingkat pengetahuan halal pada Mahasiswi dalam keputusan pembelian, dimana pengetahuan ini berguna bahwa konsumen harus memperhatikan indikator/kriteria produk kosmetik halal yang akan dikonsumsi.	83
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....		88
5.1	Ringkasan Hasil.....	88
5.2	Simpulan	88
5.3	Saran	89
5.3.1	Bagi Perusahaan	89
5.3.2	Bagi peneliti selanjutnya	90
5.4	Keterbatasan.....	90
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN.....		97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Pertanyaan Wawancara

Lampiran 2 Dokumentasi dengan Informan

Lampiran 3 Data Mahasiswi dan Hasil Wawancara Informan

DAFTAR SINGKATAN

BPJH	Badan Produk Jaminan Halal
EKIS	Ekonomi Islam
FEB	Fakultas Ekonomi dan Bisnis
JPH	Jaminan Produk Halal
MUI	Majelis Ulama Islam
LPPOMMUI	Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan Dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia
UNAIR	Universitas Airlangga