



PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI TOKO KOSMETIK AIS BEAUTY KOTA RANAI**Fega Andani¹, Kartubi², Said Muhammad Rahimin³****Program Studi Ekonomi Syari'ah****Sekolah Tinggi Agama Islam Natuna***Email: andanifega067@gmail.com, kartubi1973@gmail.com, saidrahiminatuna@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan guna mengidentifikasi dampak dari label halal pada ketertarikan pembelian konsumen terhadap produk *cosmetic* Wardah yang dijual di Toko Ais Beauty Kota Ranai. Dasar pemikiran studi ini berpijak pada semakin tingginya kepedulian masyarakat, terutama kalangan konsumen muslim, mengenai urgensi pencantuman sertifikasi halal pada produk *cosmetic* yang dipakai. Studi ini menerapkan metode kuantitatif dengan teknik survei melalui distribusi angket kepada pembeli produk Wardah di Toko Ais Beauty. Informasi yang terkumpul diolah memakai teknik regresi linear sederhana. Temuan studi memperlihatkan bahwa variabel label halal memberikan dampak positif serta signifikan pada ketertarikan pembelian konsumen, ditandai dengan angka t-hitung mencapai 19,936 yang melampaui t-tabel 1,665 beserta angka signifikansi $0,001 < 0,1$. Kondisi ini memvalidasi bahwa hipotesis dapat diterima. Fakta tersebut mengindikasikan bahwa sertifikasi halal mempunyai pengaruh yang positif dan bermakna terhadap intensi konsumen dalam melakukan pembelian. Kondisi ini ditunjukkan melalui angka korelasi yang diuji mempergunakan SPSS 25.0 dengan hasil 0,931 yang menunjukkan keterkaitan sangat kuat. Konklusi dari riset ini ialah sertifikasi halal menjadi salah satu elemen krusial yang mempengaruhi ketertarikan pembelian konsumen pada produk *cosmetic* Wardah.

Kata kunci: Label Halal, Minat Beli, Kosmetik, Konsumen.**Abstract**

This study aims to identify the impact of halal labels on consumer purchase intention toward Wardah cosmetic products sold at Ais Beauty Store in Ranai City. The rationale for this study is based on the increasing public awareness, especially among Muslim consumers, regarding the importance of halal certification on cosmetic products they use. This study applies a quantitative method with a survey technique through questionnaire distribution to Wardah product buyers at Ais Beauty Store. The collected data was processed using simple linear regression analysis. The research findings show that the halal label variable has a positive and significant impact on consumer purchase intention, indicated by a t-calculated value of 19.936 which exceeds the t-table value of 1.665 with a significance level of $0.001 < 0.1$. This condition validates that the hypothesis is accepted. These facts indicate that halal certification has a positive and meaningful influence on consumer intention to make purchases. This condition is demonstrated through a correlation value tested using SPSS 25.0 with a result of 0.931, indicating a very strong relationship. The conclusion of this research is that halal certification is one of the crucial elements influencing consumer purchase intention toward Wardah cosmetic products.

Keywords: Halal Label, Buying Interest, Cosmetics, User.



A. PENDAHULUAN

Label halal semakin penting dalam konteks industri kosmetik karena mayoritas konsumen Muslim membutuhkan jaminan kehalalan produk. Indonesia dengan populasi Muslim terbesar memiliki potensi pasar luas bagi kosmetik halal, salah satunya merek Wardah yang konsisten menampilkan sertifikasi halal resmi (Maspeke, 2024). Maka tidak heran setiap Muslim harus mendasarkan pengambilan keputusan mereka pada hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Islam. Islam mendefinisikan konsumsi halal adalah mengikuti aturan-aturan tertentu tentang produksi, distribusi, dan perolehan produk. Untuk menentukan kehalalan itu sendiri bukan hanya dilihat dari mengkonsumsi makanan atau minuman namun pada produk kesehatan dan kosmetik juga (Rafifasha, 2022). Namun, maraknya produk ilegal dan tidak bersertifikat halal menimbulkan risiko kesehatan dan keraguan konsumen dalam menentukan pilihan. Kondisi ini menjadikan penelitian tentang pengaruh label halal terhadap minat beli produk kosmetik relevan dan mendesak dilakukan.

Fenomena meningkatnya kesadaran

konsumen terhadap label halal telah mendorong munculnya pertanyaan penelitian mengenai sejauh mana label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik. Secara spesifik, penelitian ini berfokus pada konsumen produk Wardah di Toko Ais Beauty Kota Ranai sebagai salah satu pusat distribusi kosmetik di daerah dengan populasi Muslim dominan.

Pertanyaan utama yang diajukan adalah apakah terdapat korelasi signifikan antara keberadaan label halal dan intensitas minat beli produk kosmetik menjadi dasar dalam merancang penelitian kuantitatif berbasis pendekatan positivistik untuk menguji hubungan antarvariabel.

Untuk memperoleh bukti mengenai signifikansi peran label halal dalam mempengaruhi minat beli konsumen wardah. Fokus kajian diarahkan spesifik pada kelompok usia 17 hingga 35 tahun di lokasi studi kota Ranai yang dianggap paling aktif dalam penggunaan kosmetik. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan bukti kuantitatif mengenai hubungan label halal dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, penelitian ini dapat mempertegas pentingnya label halal sebagai strategi pemasaran dan



jaminan syariah.

Secara akademis, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi pada kajian pemasaran Islami dengan menyoroti kosmetik halal, yang relatif kurang dieksplorasi dibanding produk yang relatif kurang dieksplorasi dibanding produk makanan dan minuman (Maria & Pandoyo, 2020). Penelitian terdahulu lebih banyak menempatkan variabel lain, seperti harga atau citra merek, sebagai faktor dominan. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kesenjangan dengan memfokuskan variabel label halal sebagai determinan utama minat beli di daerah dengan karakteristik konsumen beragam. Secara praktis, hasilnya dapat menjadi dasar bagi produsen kosmetik halal untuk memperkuat strategi branding berbasis sertifikasi halal.

Dalam produk kosmetik terdapat beragam jenis merek kecantikan yang telah dipasarkan sehingga setiap pelaku usaha harus memiliki ciri khas dalam suatu produk untuk memberikan kepuasan kepada setiap customer untuk membentuk citra merek produknya yang telah dipasarkan (Setiadi, 2022).

Label halal menunjukkan bahwa suatu produk adalah halal dengan menempatkan tulisan atau tanda halal

pada kemasannya. Kehalalan suatu produk sangat penting dan harus dipertimbangkan dengan cermat, terutama bagi umat Muslim (Syariah et al., 2020).

Label memiliki beberapa fungsi, diantaranya yaitu untuk menunjukkan merek suatu produk, bahan baku, tanggal kadaluarsa, dan informasi gizi dan menggambarkan beberapa hal pada produk (Fathurrahman & Arum Pratiwi, 2023). Menurut Karim dan Rahman mengemukakan bahwa label produk adalah penanda pada wadah yang berisi berbagai informasi esensial seperti merek, nama, bahan penyusun, tanggal kedaluwarsa, instruksi penggunaan, dan data lain yang diperlukan konsumen (Karim, 2024).

Halal secara harfiah bermakna segala sesuatu yang diperkenankan dan dapat dijalankan karena tidak terikat oleh larangan apapun. Secara komprehensif, halal adalah tindakan yang diizinkan, diperbolehkan, atau dibenarkan menurut ketentuan hukum Islam. Dalam dimensi konsumsi makanan, minuman, dan barang keperluan, produk halal adalah segala sesuatu yang tidak dilarang untuk dikonsumsi atau dimanfaatkan oleh umat Muslim (Hendradewi et al., 2021). Di Indonesia, perolehan Label Halal melalui



mekanisme yang dikelola oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berada di bawah koordinasi Kementerian Agama Republik Indonesia. Setelah memperoleh sertifikasi halal dari BPJPH, pelaku usaha berhak mencantumkan penanda halal pada wadah produk (Roikhah et al., 2023).

Label halal yang tertera dalam kemasan harus memenuhi ketentuan yaitu mudah terlihat, terbaca dengan jelas, tidak mudah hilang, terlepas, maupun rusak, sesuai dengan regulasi yang berlaku dalam undang-undang (Sholihah et al., 2022). Suatu produk yang mencantumkan label halal merupakan jaminan yang diberikan oleh lembaga berwenang seperti Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) untuk memastikan bahwa produk tersebut telah lulus uji kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Pencantuman label halal bertujuan supaya konsumendapat mengetahui bahwa produk tersebut aman dikonsumsi atau digunakan serta mendapatkan proteksi kehalalan dan kenyamanan atas penggunaan produk tersebut (Sahir et al., 2016). Dengan ketiadaan label halal maka akan membuat konsumen muslim akan sangat berhati-hati dalam membeli suatu

produk yang digunakan.

Produk halal seperti yang terdapat dalam QS: Al Maidah ayat 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا
أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ
وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا
ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا
بِالْأَزْلَامِ ذَلِكُمْ فَسُقُ الْيَوْمَ الَّذِينَ كَفَرُوا
مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَحْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ
لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ
لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ
غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: Kamu diharamkan memakan bangkai, darah, daging babi, serta hewan yang disembelih bukan atas nama Allah; juga hewan yang mati karena tercekik, dipukul, jatuh, ditanduk, atau diterkam oleh binatang buas—kecuali jika (sempat) kamu sembelih.198) (Diharamkan pula) apa yang disembelih untuk berhala. (Demikian pula) mengundi nasib dengan azlām (anak panah),199) (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini200) orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu. Oleh sebab itu, janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridai Islam sebagai agamamu. Maka, siapa yang terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (Terjemahan Al-Quran Kemenag, 2019)



Dari ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT memberikan penjelasan kepada hamba-hamba-Nya melalui pernyataan yang jelas mengenai larangan untuk mengonsumsi bangkai hewan yang diharamkan. Bangkai yang dimaksud adalah hewan yang mati secara alami, tanpa disembelih atau diburu. Larangan ini tidak diterapkan tanpa alasan; karena hewan-hewan tersebut mengandung bahaya, mengingat darahnya masih terperangkap dalam tubuhnya. Hal ini berpotensi menimbulkan mudarat bagi kesehatan fisik dan spiritual. Oleh karena itu, Allah mengharamkan konsumsi bangkai tersebut. Namun, terdapat pengecualian untuk ikan, yang tetap dianggap halal meskipun mati secara alami atau karena sebab lain.

Penelitian ini mendefinisikan minat beli konsumen sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh penelitian ini diartikan sebagai keinginan atau dorongan konsumen untuk membeli suatu produk. Minat beli dalam konteks penelitian ini merujuk pada antusiasme atau ketertarikan masyarakat dalam melakukan pembelian produk kosmetik yang dijual di Toko Kosmetik Kota Ranai.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, peneliti memiliki

ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Toko Kosmetik Ais Beauty di Kota Ranai”.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada paradigma filsafat positivisme. Pendekatan ini diimplementasikan untuk menelaah populasi maupun sampel spesifik, di mana proses pengumpulan informasi dilaksanakan melalui instrumen riset, dan pengolahan data menggunakan pendekatan kuantitatif, bertujuan memverifikasi hipotesis yang telah disusun serta mengidentifikasi korelasi antar variabel. Metode ini dipilih dengan tujuan menganalisis dampak sertifikasi halal terhadap ketertarikan pembelian konsumen dalam menentukan produk kosmetik Wardah di Toko Ais Beauty.

Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin memperoleh bukti empiris melalui analisis data numerik. Lokasi penelitian ditetapkan di Toko Ais Beauty, Kota Ranai sebagai salah satu pusat penjualan kosmetik halal yang cukup dikenal. Penelitian dilakukan dengan rancangan deskriptif dan verifikasi untuk



menggambarkan fenomena sekaligus menguji hubungan antarvariabel.

Subjek penelitian adalah konsumen produk kosmetik Wardah dengan rentang usia 17-35 tahun yang berbelanja di Toko Ais Beauty. Kriteria pemilihan didasarkan pada karakteristik usia produktif yang dinilai aktif menggunakan kosmetik dan memiliki kesadaran tinggi terhadap label halal. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dari populasi 4.429 orang, sehingga diperoleh 98 responden. Adapun yang digunakan Teknik sampling adalah accidental sampling, yaitu responden dipilih berdasarkan siapa saja yang ditemui peneliti di lokasi penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur yang berisi pernyataan terkait variabel label halal dan minat beli konsumen. instrumen penelitian disusun dalam bentuk skala likert empat poin untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan. Sebelum digunakan, kuesioner diuji validitas dan realibilitasnya untuk memastikan kesesuaian alat ukur. Selain itu, observasi sederhana juga dilakukan untuk mendukung data survei mengenai perilaku konsumen di lokasi penelitian.

C. PEMBAHASAN

1. Pengaruh label Halal Terhadap Minat Beli konsumen Produk Kosmetik wardah

Label halal merupakan tanda atau keterangan yang menunjukkan bahwa suatu produk telah memenuhi standar kehalalan sesuai dengan ajaran Islam dan ketentuan yang berlaku di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, seluruh produk kosmetik yang beredar di Indonesia diwajibkan memiliki sertifikat halal sebagai bentuk jaminan bagi konsumen Muslim.

Dalam QS: Al Maidah ayat 99 mengatakan:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا

وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: “Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu berfirman (Terjemahan Al-Quran Kemenag, 2019)

Dengan adanya aturan agama dan UU hal ini bisa memudahkan masyarakat untuk lebih teliti terlebih



lagi bagi masyarakat muslim yang harus memperhatikan barang atau produk yang akan mereka gunakan, banyak bahan dalam kosmetik berasal dari hewan atau proses kimia yang rumit. Tanpa sertifikasi halal, sulit untuk menjamin bahwa produk tidak mengandung bahan yang haram atau najis. Sebagai konsumen yang pintar kita harus bisa membedakan produk kosmetik halal atau palsu, seperti terdapat logo halal resmi dari BPJPH bisa di cek di website resmi halal.go.id.

Minat beli menggambarkan perilaku konsumen yang tercermin dalam keinginan yang besar untuk memiliki suatu produk, sehingga mendorong mereka untuk berupaya memperoleh barang tersebut, konsep mengenai minat juga dapat ditemukan dalam Al-Qur'an, khususnya pada surah yang pertama kali diturunkan. Pada ayat pertamanya, terdapat perintah untuk membaca, yang maknanya tidak hanya terbatas pada aktivitas membaca. Membaca tidak sekadar berarti mengamati teks atau buku, tetapi juga mencakup semua aspek kehidupan. Ini termasuk membaca tanda-tanda kebesaran Tuhan dalam alam semesta serta

mengeksplorasi potensi diri.

Dengan demikian, kita bisa mengetahui apayang sesungguhnya memikat perhatian kita dalam hidup ini. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Alaq (96) ayat 3-5, sebagai berikut:

عَلَّمَ الَّذِي الْأَكْرَمَ وَرَبُّكَ إِقْرَأْ
يَعْلَمُ لَمْ مَا الْإِنْسَانُ عَلَّمَ بِالْقَلَمِ

Artinya: “(3). Bacalah, dan Tuhanmu adalah Yang Maha Mulia. (4) Yang mengajarkan manusia dengan perantaraan pena. (5) Dialah yang mengajarkan manusia apa yang sebelumnya tidak mereka ketahui. (Terjemahan Al-Quran Kemenag, 2019)

Minat dapat dimaknai sebagai dorongan untuk mencurahkan perhatian dan memberikan respons terhadap individu, aktivitas, atau kondisi yang membangkitkan daya tarik, yang umumnya diiringi dengan perasaan menyenangkan. Dalam ranah ini, minat melibatkan fokus perhatian seseorang, serta hasrat untuk memahami, mendekat, memiliki, menguasai, dan berinteraksi dengan objek yang diminati semuanya berlandaskan pada rasa suka dan daya tarik. Dalam konteks pembelian, seorang konsumen biasanya akan mengalami ketertarikan terlebih dahulu pada produk tertentu sebelum



akhirnya mengambil keputusan untuk membelinya.

Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa label halal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen produk kosmetik Wardah di Toko Ais Beauty Kota Ranai.

Nilai korelasi (r) sebesar 0,931 menunjukkan hubungan sangat kuat, sedangkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 86,6% menjelaskan bahwa mayoritas variasi minat beli dapat dipengaruhi oleh keberadaan label halal, sementara 13,4% dipengaruhi faktor lain. Nilai t hitung sebesar 19,936 yang lebih besar dari t tabel 1,665 serta signifikansi $0,000 < 0,05$ memperkuat bukti bahwa hipotesis alternatif diterima, artinya label halal benar-benar menjadi determinan penting dalam keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa label halal bukan hanya simbol legalitas, tetapi instrumen strategis yang memengaruhi perilaku konsumen secara nyata.

Analisis lebih lanjut memperlihatkan bahwa konsumen menilai aspek visual dan tekstual label halal sama pentingnya. Logo halal

pada kemasan meningkatkan kepercayaan, sementara tulisan “halal” dalam bahasa Indonesia atau Arab mengurangi keraguan konsumen. kombinasi keduanya memperkuat keyakinan bahwa produk benar-benar sesuai syariat. Sertifikasi resmi dari BPJPH atau MUI juga dipersepsikan sebagai jaminan kredibilitas merek, sedangkan sistem Jaminan Produk Halal (SPJH) dipandang sebagai komitmen jangka panjang perusahaan dalam menjaga kualitas dan kepatuhan. Hal ini memperlihatkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan label secara visual, tetapi juga nilai integritas dan konsistensi dibalik label tersebut.

1. Indikator Label Halal

Keberadaan tanda sertifikasi halal bertujuan memberikan jaminan kepastian hukum serta perlindungan kepada para konsumen, sekaligus berkontribusi dalam meningkatkan daya kompetitif produk-produk domestik yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan perekonomian negara. Berdasarkan regulasi yang tertuang dalam Keputusan Kepala BPJPH Nomor



88 Tahun 2022 mengenai Tata Cara Pencantuman Tanda Halal Pada Produk Bersertifikat Halal, para produsen yang sudah mendapatkan sertifikasi kehalalan memiliki kewajiban untuk membubuhkan tanda halal pada seluruh produk yang dipasarkan.

Label Halal memiliki fungsi untuk menjadi penanda produk yang telah lolos sertifikasi Halal (*Keputusan Kepala BPJPH Nomor 88 Tahun 2022 Tentang Penggunaan Label Halal*, 2022). Indikator Label Halal menurut BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) mencakup beberapa aspek penting, yaitu antara lain: gambar halal, tulisan halal, penempelan pada kemasan, kombinasi gambar dan tulisan, sertifikat halal, sistem jaminan produk halal (SPJH), keterangan halal, pemisahan produk halal dan tidak halal.

2. Indikator Minat Beli Konsumen

Dalam perspektif pemikir Islam, indikator minat beli konsumen mencakup beberapa aspek penting yang berkaitan dengan prinsip-prinsip syariah dan

etika bisnis Islam. Minat beli tidak hanya dilihat dari keinginan semata, tetapi juga harus sesuai dengan kebutuhan dan tidak boleh berlebihan atau boros. Berikut Adalah beberapa indikator minat beli konsumen menurut pemikir Islam, yaitu: Minat Transaksional, Minat Referensial, Minat Preferensial, dan Minat Eksploratif (Ekonomi et al., 2025).

D. KESIMPULAN

Minat beli kosmetik wardah di Toko Ais Beauty Kota Ranai terbukti dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh adanya label halal, berdasarkan hasil penelitian ini. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa label halal mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam minat beli, sehingga dapat disimpulkan bahwa kejelasan dan kredibilitas label halal merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian.

Temuan ini sekaligus menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian Hal ini menegaskan bahwa label halal berfungsi sebagai instrumen efektif untuk memperkuat kepercayaan dan mendorong intensi pembelian konsumen, melampaui fungsi administratifnya. Secara akademis, penelitian ini memperkaya literatur pemasaran halal dengan mendemonstrasikan peran label halal sebagai faktor psikologis yang



memengaruhi perilaku konsumen, khususnya yang berada di kawasan non-metropolitan. Secara praktis, implikasi penelitian menekankan pentingnya strategi produsen untuk menampilkan label halal secara jelas, memperkuat sertifikasi resmi, dan menjadikannya bagian dari branding.

Adapun keterbatasan penelitian terletak pada ruang lingkup sampel yang terbatas pada konsumen di satu lokasi, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas populasi, menambahkan variabel lain seperti citra merek dan kualitas produk, serta membandingkan konteks geografis yang berbeda agar pemahaman tentang pengaruh label halal terhadap minat beli semakin komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2018). " Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS " Edisi Sembilan . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Meisil, B. W. . S. P. (2021). Penerapan Komunikasi yang Efektif Berbasis Islam dalam Pengembangan Karir. *Jurnal J-BKPI, 01(01)*
- Novitasari, N. T. (2023). Pengaruh Komunikasi Orang Tua-anak dan Penggunaan Gadget Terhadap Pembentukan Karakter anak. *Jurnal Cendekiawan Ilmiah PLS*.
- Rumende, A. S. dkk. (2020). Pengaruh Penggunaan Gadget Terhadap Intraksi Orang Tua dan Anak di Kelurahan Walian Kecamatan Tomohon Selatan. *E-Journal Universitas Sam Ratulangi*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.