

ABSTRAK

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk muslim mencapai 85% atau sekitar 207,176,162 jiwa. Populasi muslim yang begitu besar menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar yang potensial. Hal ini tentu menjadikan para produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan pasarnya dari segala aspek. Di dalam Islam, seorang muslim tidak dibolehkan mengkonsumsi sesuatu melainkan harus terjamin kehalalannya. Oleh karena itu dengan adanya labelisasi halal pada produk makanan dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen, karena dapat menjamin produk makanan yang tidak hanya bagus secara kualitas namun juga terjamin kehalalannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan label halal dengan keputusan pembelian produk makanan. Metode penelitian ini menggunakan *Literature Review* pendekatan PICOS (*Participants* : konsumen, *Interventions* : label halal, *Comparisons* : tidak ada perbandingan, *Outcomes* : Kuesioner, *Study Design* : kuantitatif). Ditemukan sebanyak 4 artikel penelitian kuantitatif yang dipublikasikan pada *Google Scholar*, *ScienceDirect* dengan total jumlah responden sebanyak 435 responden. Berdasarkan pencarian data dari 4 artikel penelitian didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara label halal dengan keputusan pembelian produk makanan. Keberadaan labelisasi halal pada produk makanan memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan membeli konsumen. Saran bagi pelaku usaha untuk melakukan pendaftaran sertifikasi halal untuk mendapatkan logo halal yang bisa ditampilkan pada kemasan produk makanan.

Kata Kunci : Label Halal, Keputusan Pembelian, Makanan.