

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia terkenal sebagai negara yang memiliki jumlah penduduk beragama Islam paling banyak di dunia. Kondisi demografis itu memberikan kesempatan besar untuk mengembangkan dan memperluas sektor industri halal di tingkat nasional. Berdasarkan prediksi dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Ditjen Dukcapil, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2026 diperkirakan mencapai sekitar 287,1 juta orang, dengan penduduk yang beragama Islam diperkirakan mencapai sekitar 87% dari seluruh populasi. Dari perspektif ekonomi syariah, mengonsumsi produk halal tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan, tetapi juga merupakan wujud komitmen terhadap prinsip-prinsip Islam. Oleh karena itu, besarnya jumlah penduduk Muslim menjadi peluang sekaligus mendorong penguatan ekosistem industri halal dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional berbasis syariah¹.

Sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen, pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai regulasi terkait jaminan produk halal. Landasan hukum utama dalam pelaksanaan jaminan adalah UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Melalui ketentuan tersebut, produk yang masuk, beredar, dan

¹ Nabilah Muhamad, "Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama Pada Semester II 2025," Databoks, 2026, <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/69c4d8986767a/jumlah-penduduk-indonesia-berdasarkan-agama-pada-semester-ii-2025>.

diperdagangkan di wilayah Indonesia harus memenuhi persyaratan sertifikasi halal sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pengaturan terkait jaminan produk halal kemudian diperkuat dengan PP No. 42 Tahun 2024, yang memberikan ketentuan lebih rinci mengenai cara penyelenggaraan jaminan halal bagi produk di Indonesia².

Komitmen pemerintah dalam memperkuat implementasi jaminan produk halal terus dilakukan melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). BPJPH menegaskan bahwa kebijakan Wajib Halal akan tetap diberlakukan sesuai tahapan mulai tanggal 18 Oktober 2026. Kebijakan ini menunjukkan keseriusan pemerintah dalam memperluas penerapan sertifikasi halal serta meningkatkan perlindungan bagi konsumen Muslim melalui penguatan sistem jaminan produk halal³.

Meski pemerintah terus memperkuat implementasi kebijakan jaminan produk halal melalui berbagai regulasi, dalam praktiknya keputusan pembelian produk halal belum sepenuhnya didasarkan pada aspek kehalalan. Konsumen masih mempertimbangkan berbagai faktor lain, seperti harga, kualitas produk, merek, kemudahan memperoleh produk, serta pengaruh lingkungan sosial sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Hal tersebut didukung oleh penelitian Amelia, Firdaus, dan Rusniati yang menunjukkan bahwa keputusan

² Pemerintah Indonesia, “Undang-Undang (UU) Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal,” Database Peraturan, n.d., <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>.

³ BPJPH, “Raker Dengan DPR, Kepala BPJPH Pastikan Implementasi Wajib Halal Oktober 2026 Sesuai Tahapan,” BPJPH, 2026, <https://bpjph.halal.go.id/>.

konsumen dalam membeli produk halal dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kesadaran akan halal, harga, kualitas produk, serta citra merek⁴. Penelitian Tri Nur Fadilah dkk. juga menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai produk halal berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan mereka dalam membeli produk tersebut. Hasil dari dua penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat pemahaman dan kesadaran konsumen terhadap aspek kehalalan produk memengaruhi cara mereka memutuskan untuk membeli produk tersebut. Meskipun begitu, pilihan konsumen dalam memilih produk halal tidak hanya ditentukan oleh tingkat kesadaran tentang halal, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang memengaruhi cara mereka berbelanja⁵.

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan pada 15 Agustus 2026 melalui wawancara dengan beberapa ibu-ibu anggota Majelis Taklim Indonesia (MTI) Kecamatan Koto Tengah Kota Padang, diperoleh informasi bahwa dalam membeli berbagai produk halal, seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, serta produk perawatan tubuh, setiap ibu memiliki pertimbangan yang berbeda-beda sebelum memutuskan untuk membeli.

⁴ Desvi Putri Amelia and Muhammad Riza Firdaus, "Price , Halal Awareness , Halal Label , and Product Quality Effects on Purchase Decisions of Halal-Packaged Foods : The Mediating Role of Brand Image" 13, no. 3 (2025): 160–67.

⁵ Tri Nur Fadilah and Achmad Nur Alfianto, "Tingkat Pengetahuan Dan Produk Halal Dalam Keputusan Pembelian Makanan Halal" 18, no. 1 (2022): 1–10.

Hasil wawancara dengan Ibu Nel, salah satu anggota Majelis Taklim Masjid Al- Ikhlas, menunjukkan bahwa beliau selalu memperhatikan label halal, terutama ketika membeli makanan, minuman. Menurut beliau, keberadaan label halal membuatnya lebih yakin bahwa produk tersebut aman dikonsumsi. Namun, beliau juga mengaku tetap mempertimbangkan harga karena harus disesuaikan dengan pengeluaran rumah tangga⁶.

Sementara itu, hasil wawancara dengan Ibu Meri, salah satu anggota Majelis Taklim Masjid Nurul Yakin, mengungkapkan bahwa ketika membeli kosmetik atau produk perawatan tubuh, beliau sering meminta pendapat anak maupun teman-teman di majelis taklim. Menurut beliau, apabila suatu produk telah digunakan oleh orang-orang terdekat dan memberikan hasil yang baik, beliau akan lebih percaya untuk mencobanya, terlebih jika produk tersebut telah memiliki label halal⁷.

Berbeda dengan responden sebelumnya, hasil wawancara dengan Ibu periwalis, salah satu anggota Majelis Taklim Masjid Baituridho, menjelaskan bahwa, beliau lebih mempertimbangkan harga dan juga melihat manfaat produk. Menurut beliau,

⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Nel, anggota Majelis Taklim Masjid Al-Ikhlas, Sungai Bangek, Kelurahan Balai Gadang, 15 Agustus 2026.

⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Meri, anggota Majelis Taklim Masjid Nurul Yaqin, Air Dingin Kelurahan Balai Gadang 15 Agustus 2026.

produk halal saat ini sudah banyak tersedia sehingga beliau lebih memilih produk yang kualitasnya baik, sesuai kebutuhan, dan mudah diperoleh⁸.

Selanjutnya, hasil wawancara dengan Ibu Eni, salah satu anggota Majelis Taklim Masjid Nurul Ikhsan, menyampaikan bahwa sebelum membeli suatu produk, baik makanan, minuman, maupun kosmetik, beliau biasanya mencari informasi terlebih dahulu dari keluarga, tetangga, atau sesama anggota majelis taklim. Beliau merasa lebih yakin membeli suatu produk apabila telah banyak digunakan oleh orang lain dan diketahui memiliki label halal⁹.

Selain itu, hasil wawancara dengan Ibu Tri, salah satu anggota Majelis Taklim Masjid Raya Balai Gadang, mengungkapkan bahwa dalam memilih produk halal, beliau tidak hanya memperhatikan keberadaan label halal, tetapi juga mempertimbangkan harga, kualitas, manfaat serta kemudahan memperoleh produk tersebut. Menurut beliau, apabila terdapat beberapa produk yang sama-sama berlabel halal, beliau akan memilih produk yang kualitasnya lebih baik dan sesuai dengan kemampuan ekonomi keluarganya¹⁰.

⁸ Hasil wawancara dengan Ibu Periwalis, anggota Majelis Taklim Masjid Baituridho, Baringin, Kelurahan Balai Gadang, 15 Agustus 2026.

⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Eni, anggota Majelis Taklim Masjid Nurul Ikhsan, Sungai Bangek, Kelurahan Balai Gadang, 15 Agustus 2026.

¹⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Tri, anggota Majelis Taklim Masjid Raya Balai Gadang, Tanjung Aua, Kelurahan Balai Gadang, 15 Agustus 2026.

Berdasarkan hasil prasurvei tersebut, terlihat bahwa keputusan pembelian produk halal pada ibu-ibu anggota Majelis Taklim Indonesia (MTI) Kecamatan Koto Tangah Kota Padang didasarkan pada berbagai pertimbangan. Sebagian ibu-ibu majelis taklim lebih memperhatikan keberadaan label halal pada produk sebelum melakukan pembelian, sedangkan sebagian lainnya lebih mempertimbangkan harga, kualitas, manfaat, serta kemudahan dalam memperoleh produk. Ini menunjukkan bahwa ada perbedaan dalam cara mempertimbangkan keputusan membeli produk halal di antara para ibu-ibu anggota Majelis Taklim Indonesia (MTI) Kecamatan Koto Tangah Kota Padang.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat beberapa faktor yang diduga memengaruhi keputusan pembelian produk halal. Salah satunya kesadaran halal adalah pemahaman mengenai kehalalan suatu produk pemahaman ini mencakup pengetahuan dan minat pembeli terhadap status halal suatu produk, khususnya yang berkaitan dengan sertifikasi halal, kandungan bahan, serta metode pembuatannya. Pembeli yang memiliki kesadaran tinggi mengenai halal biasanya lebih teliti dalam memilih produk. Hal ini sejalan dengan temuan Iqbal dan Maharani, yang menunjukkan bahwa kesadaran akan Halal memegang peranan penting dalam keputusan pembelian produk Halal¹¹.

¹¹ Muhammad Iqbal and Maharani Dyah Kusumawardhani, "Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas, Dan Pengetahuan Produk Halal Mahasiswa Muslim Dalam Melakukan Pembelian Makanan Secara Online" 07 (2023): 23–32.

Faktor yang juga memengaruhi keputusan untuk membeli produk halal adalah *Subjective Norm* (norma subjektif), khususnya tekanan dari keluarga, teman, atau tokoh agama terhadap keputusan konsumen. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), norma subjektif menunjukkan bahwa seseorang mempertimbangkan pandangan individu-individu penting sebelum menentukan pilihan. Studi yang dilakukan oleh Abiba dkk. menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal, sementara Fuadi et al. yang menyatakan bahwa *Subjective Norm* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian melalui niat beli¹².

Selain faktor kesadaran halal dan pengaruh sosial, *Lifestyle* juga diduga berperan dalam membentuk keputusan pembelian produk halal. Gaya hidup mewakili cara hidup seseorang, yang ditunjukkan melalui aktivitas, hobi, dan keyakinannya. Seiring dengan semakin populernya gaya hidup halal, barang-barang halal semakin diakui tidak hanya sebagai kewajiban agama tetapi juga sebagai komponen penting dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian yang dilakukan oleh Kamila dkk, menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki peran yang signifikan dan positif terhadap pilihan konsumen saat membeli produk halal¹³.

¹² Nasrul Fahmi et al., "The Influence of Attitude , Subjective Norms , and Perceived Behavior Control on Purchase Intention of Muslim Consumers" 7, no. 1 (2022): 100–112.

¹³ Vivin Maharani Ekowati Talia Putri Kamila, Masyhuri, Umi Julaihah, "Pengaruh Literasi Halal , Kesadaran Halal , Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Indonesia : Studi Pada Gen Z Di Kota Malang" 8 (2025): 375–86.

Berdasarkan informasi yang didapat peneliti dari Kecamatan Koto Tangah Kota Padang, Koto Tangah adalah salah satu kecamatan yang memiliki luas wilayah terbesar di Kota Padang. Meliputi 13 kecamatan, yakni Balai Gadang, Lubuk Minturun Sungai Lareh, Aia Pacah, Dadok Tunggul Hitam, Koto Panjang Ikur Koto, Koto Pulai, Batipuh Panjang, Padang Sarai, Lubuk Buaya, Batang Kabung Ganting, Bungo Pasang, Parupuk Tabing, dan Pasie Nan Tigo¹⁴. Di seluruh kelurahan tersebut terdapat Majelis Taklim yang aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan keagamaan bagi masyarakat, khususnya kaum ibu. Keberadaan Majelis Taklim yang tersebar di seluruh wilayah Kecamatan Koto Tangah menjadikan kecamatan ini sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji pengaruh *Halal Awareness*, *Subjective Norm*, dan *Lifestyle* terhadap keputusan pembelian produk halal pada ibu-ibu Majelis Taklim di Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang.

Berdasarkan wawancara dengan Sekretaris Majelis Taklim Indonesia (MTI) Kecamatan Koto Tangah dengan Ibu Enny Zurnida pada 6 Agustus 2026, diperoleh informasi bahwa jumlah jamaah Majelis Taklim di Kecamatan Koto Tangah berdasarkan data internal per Desember 2025 tercatat sebanyak 8.848 jamaah yang tersebar di 13 kelurahan. Adapun data jumlah jamaah untuk tahun 2026 belum tersedia. Selain itu, berdasarkan data internal MTI Kecamatan Koto Tangah, terdapat 113 masjid dan 59 mushala yang menjadi tempat penyelenggaraan

¹⁴ BPS Kota Padang, "Badan Pusat Statistik Kota Padang. Kecamatan Koto Tangah Dalam Angka 2025," 2025.

kegiatan Majelis Taklim, dengan jumlah anggota pada setiap masjid dan mushala berkisar antara 30–70 orang. Kegiatan Majelis Taklim diselenggarakan secara rutin sebanyak tiga kali dalam satu bulan, yaitu pada tingkat kota, kecamatan, dan kelurahan. Kegiatan tersebut dilaksanakan secara bergiliran di masjid dan mushala yang berada di wilayah Kecamatan Koto Tangah dengan berbagai kegiatan, seperti pengajian, ceramah agama, diskusi keislaman, silaturahmi, serta kegiatan sosial kemasyarakatan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti juga memperoleh informasi bahwa terdapat tiga kelurahan yang dinilai paling aktif dalam penyelenggaraan kegiatan Majelis Taklim, yaitu Kelurahan Dadok Tunggul Hitam, Kelurahan Lubuk Minturun Sungai Lareh, dan Kelurahan Balai Gadang. Oleh karena itu, peneliti memfokuskan observasi pada ketiga kelurahan tersebut. Pelaksanaan kegiatan Majelis Taklim secara rutin menjadikan wadah ini sebagai sarana pembinaan keagamaan bagi kaum ibu sekaligus meningkatkan pemahaman mereka terhadap ajaran Islam, termasuk pentingnya memilih dan mengonsumsi produk halal¹⁵.

Penelitian ini penting dilakukan karena berkaitan dengan upaya meningkatkan kesadaran masyarakat dalam memilih dan mengonsumsi produk halal di tengah semakin luasnya penerapan kebijakan jaminan produk halal di Indonesia. Ibu-ibu Majelis Taklim memiliki peran penting sebagai pengambil keputusan dalam

¹⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Enny Zurnida, Sekretaris MTI Kecamatan Koto Tangah, Kelurahan Dadok Tunggul Hitam, 6 Agustus 2026.

memenuhi kebutuhan konsumsi rumah tangga sehingga keputusan pembelian yang mereka lakukan dapat memengaruhi pola konsumsi keluarga. Jika faktor-faktor yang memengaruhi keputusan seseorang membeli produk halal tidak dijelaskan dengan jelas, upaya pemerintah untuk memperkuat jaminan produk halal dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya mengonsumsi produk halal mungkin tidak akan berhasil sepenuhnya seperti yang diharapkan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami bagaimana kesadaran akan produk halal, norma subjektif, dan gaya hidup mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli produk halal.

Penelitian ini dilakukan karena masih terdapat kesenjangan dalam penelitian sebelumnya. Hasil penelitian tentang pengaruh kesadaran akan halal dan gaya hidup terhadap keputusan membeli produk halal masih menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian oleh Hamidah dkk, menunjukkan bahwa kesadaran akan halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan¹⁶. Selain itu, penelitian sebelumnya sebagian besar hanya membahas siswa, Generasi Z, dan masyarakat umum, sedangkan penelitian tentang ibu-ibu di Majelis Taklim masih terbatas. Penelitian yang menggabungkan kesadaran halal, norma subjektif, dan gaya hidup dalam membantu ibu muslim di kelompok taklim memutuskan

¹⁶ Mustafa Kamal Hamidah, Abdi Triyanto, "Pengaruh Gaya Hidup , Kesadaran Halal , Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Steak Moen-Moen Di Kota Depok" 2, no. 1 (2025): 46–64.

pembelian produk halal masih jarang. Masih sedikit penelitian yang mengeksplorasi ketiga aspek tersebut secara bersamaan. Itulah sebabnya penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HALAL AWARENESS, SUBJECTIVE NORM, DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HALAL PADA IBU-IBU MAJELIS TAKLIM DI KECAMATAN KOTO TANGAH KOTA PADANG”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan fokus, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada ibu-ibu Majelis Taklim di Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang, yang pernah membeli, menggunakan dan mengonsumsi produk halal dalam kehidupan sehari-hari. Untuk membatasi ruang lingkup penelitian, peneliti memfokuskan penelitian pada tiga kelurahan, yaitu, Dadok Tunggul Hitam, Lubuk Minturun dan Balai Gadang. Pemilihan ketiga kelurahan tersebut didasarkan pada hasil wawancara dengan Sekretaris Majelis Taklim Kecamatan Koto Tangah Ibu Enny Zurnida yang menyatakan bahwa Majelis Taklim di ketiga kelurahan tersebut merupakan yang paling aktif dalam melaksanakan kegiatan rutin.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan rincian latar belakang yang telah disajikan, rumusan masalah untuk penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *halal awareness* terhadap keputusan pembelian produk halal pada ibu-ibu majelis taklim di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *subjective norm* terhadap keputusan pembelian produk halal pada ibu-ibu majelis taklim di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian produk halal pada ibu-ibu majelis taklim di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *halal awareness*, *subjective norm*, dan *lifestyle* secara bersama sama terhadap keputusan pembelian produk halal pada ibu-ibu majelis taklim di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui apakah *halal awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal pada ibu-ibu majelis taklim di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang.
2. Untuk mengetahui apakah *subjective norm* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal pada ibu-ibu majelis taklim di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang.

3. Untuk mengetahui apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal pada ibu-ibu majelis taklim di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang.
4. Untuk mengetahui apakah *halal awareness*, *subjective norm* dan *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal pada ibu-ibu majelis taklim di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang.

E. Manfaat Penelitian

1. Peneliti berharap penelitian ini menjadi kesempatan untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama masa kuliah, terutama di bidang Manajemen Bisnis Syariah, serta memperdalam pemahaman peneliti tentang pengaruh *Halal Awareness*, *Subjective Norm* dan *Lifestyle* terhadap keputusan membeli produk halal di kalangan ibu-ibu Majelis Taklim di Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang.
2. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi, acuan, serta bahan pembelajaran bagi para akademisi dan peneliti di masa depan yang ingin mempelajari lebih dalam tentang perilaku konsumen Muslim, khususnya dalam hal kesadaran akan produk halal, norma subjektif, gaya hidup, serta keputusan membeli produk halal.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi ilmiah di lingkungan UIN Imam Bonjol Padang, khususnya Program Studi Manajemen

Bisnis Syariah, serta menjadi bahan kajian dalam pengembangan penelitian di bidang perilaku konsumen muslim dan pemasaran syariah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dibuat agar pembaca dapat memahami secara keseluruhan struktur pembahasan skripsi, sehingga lebih mudah mengikuti dan memahami isi penelitian tersebut. Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini membahas dasar dan gambaran umum penelitian yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: Kajian Teori

Bab ini mengkaji berbagai teori dan konsep yang relevan dengan penelitian, seperti perilaku konsumen, *Halal Awareness*, *subjektive Norm*, dan *Lifestyle*, dan perilaku pembelian. Selain itu, bab ini memuat tinjauan terhadap penelitian terdahulu, kerangka teoretis, serta hipotesis yang dirumuskan untuk penelitian ini.

BAB III: Metodologi Penelitian

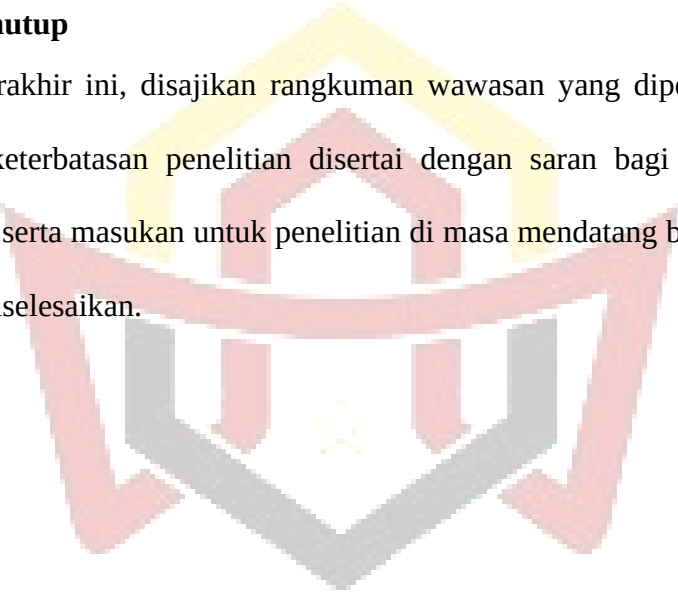
Bagian ini menjabarkan teknik-teknik yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis dan metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi variabel penelitian, serta pendekatan analisis data yang diterapkan.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data, dengan rincian mengenai karakteristik responden, hasil uji instrumen, analisis data, evaluasi hipotesis, serta pembahasan temuan penelitian dalam kaitannya dengan teori yang ada dan penelitian terdahulu.

BAB V: Penutup

Pada bab terakhir ini, disajikan rangkuman wawasan yang diperoleh dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian disertai dengan saran bagi para pemangku kepentingan serta masukan untuk penelitian di masa mendatang berdasarkan studi yang telah diselesaikan.



UIN IMAM BONJOL
PADANG