

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Muslim Dalam Membeli
Makananan di Retoran Non Muslim (Studi Kasus Kota Langsa)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

TIKA AYU RAMADHANY

**Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Zawiyah Cot Kala Langsa Fakultas Syari'ah
Program Strata Satu (S-1)
Fakultas/ Jurusan: Syari'ah/ Muamalah
NIM:2012012229**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
ZAWIYAH COT KALA LANGSA
1437 H / 2016 M**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S-1) dalam Hukum Ekonomi
Islam Pada Fakultas Syariah

Diajukan oleh

TIKA AYU RAMADHANY
NIM. 2012012229

Program Studi
Muamalah

Disetujui Oleh :

Pembimbing Pertama

Pembimbing Kedua

Dr. Mursyidin AR, S.Ag, MA
NIP. 19700205 199905 1 003

Ridwan, S.Pd.I, MA

Mengetahui

Dekan Fakultas Syari'ah
Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa

Dr. Zulfikar, MA
NIP. 19720909 199005 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Muslim Dalam Membeli Makanan di Retoran Non Muslim (Studi Kasus Kota Langsa)**” telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa, pada tanggal 15 September 2016.

Skripsi telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) dalam Ilmu Syariah pada Fakultas Syariah Program Studi Muamalah.

Langsa, 15 September 2016 M
13 Dzulhijjah 1437 H

Panitia Sidang Munaqasyah
Skripsi Fakultas Syariah
IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa

Ketua

Sekretaris

Dr. Mursyidin AR, S.Ag, MA
NIP. 19700205 199905 1 003

Ridwan, S.Pd.I, MA

Anggota-anggota:

Saifuddin, S.Ag, MA
NIP. 19751114 200901 1 003

Nairazi, S.H.I MA

Mengetahui:

Dekan Fakultas Syari'ah
Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa

Dr.Zulfikar, MA
NIP. 19720909 199005 1 001

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **TIKA AYU RAMADHANY**
NIM : 2012012229
Fakultas : Syariah
Jurusan / Prodi : Muamalah
Alamat : Lr. Camar Dusun B. Ulum Pb. Blang Pase, Kota Langsa

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Muslim Dalam Membeli Makanan di Retoran Non Muslim (Studi Kasus Kota Langsa)”** adalah benar hasil karya sendiri serta orisinal sifatnya. Kecuali kutipan dan informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan. Apabila dikemudian hari ternyata/terbukti hasil plagiasi karya orang lain atau dibuatkan orang lain, maka saya siap menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Langsa, 06 September 2016

Yang membuat pernyataan,

TIKA AYU RAMADHANY
NIM.201201229

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang mana atas berkat rahmat kesehatan, kekuatan, kesempatan dan kemampuan yang Allah berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Muslim Dalam Membeli Makanan di Restoran Non Muslim (Studi Kasus Kota Langsa)”**. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpah keharibaan junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, Keluarga, dan Sahabatnya.

Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan bantuan, kepada :

1. Bapak DR. H. Zulkarnaini, MA, selaku Rektor IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa.
2. Bapak DR. Zulfikar, MA, selaku Dekan Fakultas Syari'ah IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa.
3. Ibu Anizar, MA, selaku Ketua Jurusan Muamalah IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa.
4. Bapak Nairazi, MA, selaku penasehat akademik yang juga telah banyak memberikan saran dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak Dr. Mursyidin, MA, selaku pembimbing I dan Bapak Ridwan, MA selaku dosen Pembimbing II, yang sabar memberikan pengarahannya, saran, masukan, dan bimbingan sehingga menyelesaikan skripsi ini terselesaikan.
6. Terkhusus kepada kedua orang tua penulis Ibunda Henderita dan Ayahanda Nasrul yang selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan moril dan materil, serta doa yang tiada henti kepada penulis. Begitu juga dengan kedua saudara laki-laki saya Adha Proklarian Ruta Gedhi dan Nahen Hari Satria, SH serta saudara perempuan saya Vania Freya Cinara.
7. Kepada dosen pengajar penulis yang selalu memberi semangat untuk tamat tepat waktu dan memberi masukan yang tak henti-hentinya yaitu Ade Fadillah Pospos, M.El, Syamsul Rizal, S.HI, M.Si, Amrunsyah, S.Ag, M.H, Early Ridho Kismawadi, M.El.
8. Kepada yang terbaik, terhebat, tersabar yang selalu memberikan semangat, motivasi, yang mendengarkan keluh kesah penulis Dara Mutia, SH dan Yanti Irmasari, SH yang telah sabar membantu dan memberi dukungan. Teman-teman dari putih abu-abu Dunna Galaxion dr. Pocut Rizki Della Hoya, Nanda Pratiwi, SH, Villa Nurmalida, SE. Tak lupa penyelamat skripsi penulis yaitu Zikayati, SE yang rela begadang mendadak demi terselesainya skripsi ini. Serta yang seluruh teman-teman S-1 Muamalah yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan warna di kehidupan kampus penulis serta yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Sukses untuk kita semua guys!

9. Kepada seluruh Jajaran Dosen Fakultas Syariah yang telah memberikan pembelajaran dan Pegawai Tata Usaha yang sudah membantu dalam urusan administrasi serta para Konsumen Restoran Segar, Konsumen Solo Muda, Konsumen Warkop 88 dan Konsumen Purnama Langsa.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan bagi yang membutuhkannya.

Langsa, September 2016

Yang Membuat Pernyataan,

Tika Ayu Ramadhany
NIM. 2012012229

DAFTAR ISI

COVER	i
PERESETUJUAN.....	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
Bab I Pendahuluan	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Identifikasi masalah.....	5
C. Pembatasan masalah.....	5
D. Perumusan masalah	6
E. Tujuan penelitian.....	7
F. Kegunaan penelitian	7
G. Sistematika pembahasan	8
Bab II Kajian Pustaka Dan Kerangka Pemikiran	10
A. Tinjauan teoritis.....	10
1. Pengertian konsumen, restoran, dan makanan halal	10
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli makanan .	18
3. Keputusan pembelian makanan.....	25
B. Hasil penelitian yang relavan	30
C. Kerangka pemikiran	36
D. Hipotesis.....	45

Bab III Metode Penelitian	47
A. Pendekatan penelitian.....	47
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	47
C. Populasi dan sampel	47
1. Populasi	47
2. Sampel.....	48
D. Instrument pengumpulan data	49
E. Teknik pengumpulan data	51
F. Analisis data	52
 Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan	 59
A. Deskripsi data penelitian	59
1. Deskripsi data penelitian.....	59
B. Uji asumsi klasik	62
1. Uji normalitas.....	62
2. Uji validitas	64
3. Uji reliabilitas.....	69
4. Uji heterokedastisitas	70
5. Uji determinasi	72
6. Uji hipotesis	74
C. Pembahasan.....	79
1. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen muslim dan faktor utama dalam membeli makanan di restoran non muslim.....	79
2. Kehalalan makanan menurut hukum islam pada restoran non muslim.....	83
 BAB V PENUTUP.....	 91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran.....	91
 DAFTAR PUSTAKA.....	 93

LAMPIRAN

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Identifikasi masalah.....	5
C. Pembatasan masalah.....	5
D. Perumusan masalah	6
E. Tujuan penelitian.....	7
F. Kegunaan penelitian	7
G. Sistematika pembahasan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
A. Tinjauan teoritis.....	10
1. Pengertian konsumen, restoran, dan makanan halal	10
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli makanan .	18
3. Keputusan pembelian makanan.....	25
B. Hasil penelitian yang relevan	30
C. Kerangka pemikiran	36
D. Hipotesis.....	45

BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan penelitian.....	47
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	47
C. Populasi dan sampel	47
1. Populasi	47
2. Sampel.....	48
D. Instrument pengumpulan data	49
E. Teknik pengumpulan data	51
F. Analisis data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Deskripsi data penelitian	61
1. Deskripsi data penelitian	61
B. Uji asumsi klasik	64
1. Uji normalitas.....	64
2. Uji validitas	67
3. Uji reliabilitas.....	72
4. Uji heterokedastisitas	73
5. Uji determinasi	75
6. Uji hipotesis	77
C. Pembahasan.....	82
1. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen muslim dan faktor utama dalam membeli makanan di restoran non muslim.....	82
2. Kehalalan makanan menurut hukum Islam pada Restoran non muslim....	88
BAB V PENUTUP.....	100
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		Halaman
TABEL I.1	Daftar Nama Restoran Non Muslim di Kecamatan Kota Langsa..	6
TABEL II.1	Proses Keputusan Konsumen Dalam pembelian	26
TABEL IV-1	Usia Responden Konsumen Restoran Restoran Segar, Solomuda, Warkop 88 dan Purnama	62
TABEL IV-2	Jenis Kelamin Responden Konsumen Restoran Restoran Segar, Solomuda, dan Purnama	63
TABEL IV-3	Pendidikan Terakhir Responden Restoran Restoran Segar, Solomuda, Warkop 88, dan Purnama	63
TABEL IV-5	Pendapatan/uang saku Restoran Restoran Segar, Solomuda, Warkop 88 dan Purnama	64
TABEL IV-6	Hasil Uji Normalitas Dengan Metode <i>Kolmogrov- Smirnov Goodness Of Fit Test</i>	64
TABEL IV-7	Hasil Uji Validitas	65
TABEL IV-8	Hasil Valid Data Angket Pada <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	68
TABEL IV-9	Hasil Uji Reliabilitas.....	72
TABEL IV-10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
TABEL IV-11	Hasil Uji Determinasi	75
TABEL IV-12	Hasil Uji Simultan (Uji – F)	77
TABEL IV-13	Hasil Uji T (Uji Partial)	78

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
GAMBAR 2.1	Kerangka Pemikiran	36
GAMBAR 4-1	Hasil Uji Normalitas Pada grafik Diagonal P-Plot.....	66
GAMBAR 4-2	Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik Histogram.....	67
GAMBAR 4-3	Hasil Uji heteroskedastisitas Koefisien Korelasi Pada Pola Titik-Titik Grafik.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	DAFTAR PERNYATAAN
LAMPIRAN II	DAFTAR WAWANCARA
LAMPIRAN III	HASIL PENGUJIAN
LAMPIRAN IV	DOKUMENTASI WAWANCARA
LAMPIRAN V	DAFTAR TABEL F, TABEL T, r TABEL,
LAMPIRAN VI	KODING
LAMPIRAN VII	RIWAYAT HIDUP

ABSTRAK

Makanan merupakan kebutuhan hidup manusia yang hakiki. Saat ini masyarakat semakin sadar bahwa makanan yang dikonsumsi sehari-hari sangat berpengaruh terhadap kesehatan tubuh dan mengetahui apa yang dikonsumsi baik untuk dirinya dan kemashlahatan akhirat kelak, tentunya makanan yang masuk kedalam tubuh harus yang *halal*. Untuk mendapatkan makanan yang terbaik, konsumen dihadapkan oleh pemilihan atau membeli makanan yang beraneka ragam dari pedagang restoran muslim ataupun dari pedagang restoran non muslim. Kenyataannya, pada Restoran non muslim banyak didapati konsumen muslim dalam pembelian makanan atau minuman. Dimana konsumen muslim tidak mengetahui apakah makanan yang disajikan sesuai dengan syariat Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen muslim dalam membeli makanan di Restoran non muslim (studi kasus Kota Langsa) dan diantara faktor-faktor tersebut faktor apakah yang paling besar atau sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian makanan di Restoran non muslim (studi kasus Kota Langsa). Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Variabel yang digunakan ialah variabel bebas terdiri dari faktor selera, faktor kebersihan, faktor harga, faktor kualitas, faktor pelayanan dan faktor promosi. Sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian makanan. Pengujian ini menggunakan model uji normalitas, uji validitas, uji realibilitas, uji heteroskedastisitas, uji determinasi, uji hipotesis yaitu uji F (stimulan) dan uji T (partial) dengan menggunakan bantuan SPSS. Hasil penelitian ini perhitungan koefisien korelasi seluruhnya bahwa seluruh pernyataan yang dicantumkan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan faktor selera, faktor kebersihan, faktor harga, faktor kualitas, faktor pelayanan, dan faktor promosi terhadap keputusan pembelian makanan. Dari hasil uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Hasil analisis regresi determinasi ialah pengaruh faktor selera, faktor kebersihan, faktor harga, faktor kualitas, faktor pelayanan, dan faktor promosi sebesar $0,959 = 95,5\%$ dan $4,5\%$ dipengaruhi oleh faktor lain atau diluar penelitian. Dari hasil uji hipotesis dalam uji T diperoleh hasil regresi uji T dari yang paling besar sampai paling kecil yaitu : pertama, faktor harga. Kedua, faktor kebersihan. Ketiga, faktor selera. Keempat, faktor kualitas. Kelima, faktor pelayanan. Keenam, faktor promosi. Dari seluruh pemilik Restoran non muslim yang peneliti wawancarai, dapat simpulkan bahwa Restoran Segar dalam pemakaian dapur umum dan dapur pribadi mereka menggabungkannya. Sedangkan Untuk Restoran Solo Muda, Warkop 88, dan Solo Muda pemakaian dapur umum dan dapur pribadi dipisah. Pemilik Restoran Purnama enggan memberikan informasi kepada peneliti dengan alasan pribadi. Seluruh hasil wawancara peneliti dengan anggot-anggotaa MPU Kota Langsa, peneliti menarik kesimpulan hukum mengkonsumsi makanan di Restoran non muslim ialah syubhat.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap manusia yang hidup di dunia pasti sangat memerlukan makanan dan minuman untuk kelangsungan hidupnya. Makanan merupakan salah satu kebutuhan dasar makhluk hidup termasuk manusia. Makanan merupakan kebutuhan hidup manusia yang hakiki.¹ Untuk kelangsungan hidup, manusia perlu makan, meskipun manusia tidak hidup untuk makan. Saat ini kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin meningkat dan semakin sadar bahwa makanan yang dikonsumsi sehari-hari sangat berpengaruh terhadap kesehatan tubuh dan mengetahui apa yang dikonsumsi baik untuk dirinya dan kemashlahatan akhirat kelak.

Titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak. Karena itu, seluruh tujuan hidup manusia adalah untuk mewujudkan kebajikan kekhalifahannya sebagai pelaku bebas karena dibekali kehendak bebas, mampu memilih antara yang baik dan jahat antara yang benar dan salah, antara yang *halal* dan yang *haram*.

Berbekal kebebasan ini, manusia dapat mewujudkan kebajikan dari keberadaannya sebagai wakil Allah, atau menolak kedudukan ini dengan melakukan

¹ Diana Candra Dewi, *Rahasia Dibalik Makanan Haram*, Cet. 1 (Malang: UIN-Malang Press, 2007), h. 15.

yang salah. Dengan kata lain manusia akan mempertanggung jawabkan pilihan-pilihan yang diambilnya dalam kapasitasnya sebagai individu.²

Konsep makanan *halal* dalam kehidupan masyarakat Islam telah banyak dikenal dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Allah telah menegaskan dalam Al-quran surat Al-Maidah ayat 88 yang berbunyi:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ٨٨

Artinya : “Dan makanlah makanan yang *halal* lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu berikan kepada-Nya”.³

Penggalan pertama ayat ini memerintahkan orang-orang beriman untuk mengkonsumsi makanan yang *halalan thayyiban* yang telah Allah sediakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Sementara penggalan ayat kedua dari ayat ini mengingatkan agar orang-orang beriman berhati-hati dan waspada dalam memilih makanan yang hendak dikonsumsinya, dan selalu berupaya meraih karunia Allah SWT pada saat mengkonsumsinya. Ayat ini juga memerintahkan manusia untuk mengkonsumsi makanan dalam konteks ketakwaan pada saat menjalankan perintah konsumsi makanan.⁴

Kata *halalan*, bahasa arab berasal dari kata *halla* yang berarti ‘lepas’ atau ‘tidak terikat’. Secara etimologi kata *halalan* berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Dapat juga diartikan dengan segala sesuatu yang bebas dari bahaya

² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang, 2008), h. 74-76.

³ Departemen Agama, *Al-Quran Dan Terjemahan*, (Semarang: CV. Asy Syifa’, 2005), h. 97.

⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, h. 38-39.

duniawi dan ukhrawi. Sedangkan *thayyib* berarti makanan yang tidak kotor dari segi zatnya atau rusak (kadaluarsa), atau bercampur dengan benda najis.⁵

Allah memberikan inspirasi (ilham) kepada mereka untuk mengadakan penukaran perdagangan dan semua yang kiranya bermanfaat dengan cara jual-beli dan semua cara perhubungan, sehingga hidup manusia dapat berdiri dengan lurus dan mekanisasi hidup ini berjalan dengan baik dan produktif.⁶ Maka dari itu, sudah seharusnya dan sewajarnya seorang muslim mengetahui *halal-haram* perbuatan yang dilakukannya, dan benda-benda yang digunakannya untuk memenuhi kebutuhannya. Termasuk dalam hal ini, *halal-haram* kosmetika, obat, dan makanan.⁷

Manusia diberikan akal untuk melakukan transaksi yang sesuai dengan *syari'at* Islam dengan tujuan untuk *kemashalahatan* bersama dengan cara jual-beli. Dalam hal ini seorang muslim dalam pemenuhan kebutuhan dan transaksi antara orang lain harus *halal* terutama dalam pemillihan produk makanan.

Untuk mendapatkan makanan yang terbaik, konsumen dihadapkan oleh pemilihaan atau membeli makanan yang beraneka ragam dari pedagang Restoran muslim ataupun pedagang Restoran non muslim. Standar harapan konsumen biasanya sama dengan standar *merchantability* (kelayakan untuk dijual) di mana harus sesuai dengan tujuan biasa di mana barang itu digunakan.⁸ Konsumen ialah setiap orang atau badan pengguna produk, baik berupa barang maupun jasa dengan

⁵ *Ibid*, h. 41.

⁶ Yusuf Qardawi, *Halal Dan Haram Dalam Islam*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu Surabaya, 2010), h. 351.

⁷ Budi Juliandi, *Fiqh Kontemporer*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2011), h. 150.

⁸ Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Cet. ke-2, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), h. 27.

berpegang teguh pada ketentuan-ketentuan yang berlaku.⁹ Masyarakat di Indonesia yang mayoritas (88%) memeluk agama Islam¹⁰ tentunya memiliki rasa sensitivitas dalam mengkonsumsi makanan sehari-hari yang akan dibeli.

Khusus di Kota Langsa banyak terdapat restoran-restoran makanan yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Di kota Langsa yang memeluk agama Islam, minat daya beli masyarakat di Restoran non muslimnya tinggi khususnya di Jalan Iskandar Muda Kecamatan Langsa Kota. Banyak faktor yang mempengaruhi tingginya minat daya beli masyarakat di Restoran non muslim.

Kenyataannya, pedagang di Kota Langsa yang berada di jalan Iskandar Muda rata-rata beragama non muslim, didominasi dari kaum Tionghoa yaitu bergama Budha. Di mana mereka menyajikan makanan langsung dari beraneka ragam jenis mulai dari makanan hingga minuman. Tingginya minat daya beli masyarakat muslim terhadap Restoran non muslim membuat penulis tertarik untuk mengkaji tentang mengapa banyak didapati masyarakat muslim dalam membeli makanan di Restoran non muslim. Masyarakat di Kota Langsa khususnya daerah yang bersyari'at Islam pasti memiliki rasa sensitivitas terhadap apa yang masuk ke dalam tubuhnya. Apakah makanan tersebut selagi baik untuk dikonsumsi lalu terjamin tidaknya *halal* atau *haram* makanan tersebut.

Masyarakat Kota Langsa pada umumnya beragama Islam dapat menjadi perwakilan dari komunitas muslim yang menjadi konsumen terhadap makanan yang beredar di pasar. Tentunya mereka akan memilah-milah dan memiliki alasan mengapa mereka tertarik untuk membeli makanan di Restoran non muslim serta

⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, h. 111.

¹⁰ *Ibid*, h. 87.

apakah makanan yang masuk ke dalam tubuh mereka termasuk *halalan thayyiban* sesuai dengan konsep syari'at Islam.

Dari latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MUSLIM DALAM MEMBELI MAKANAN DI RESTORAN NON MUSLIM (STUDI KASUS KOTA LANGSA)”

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang ada beberapa hal yang menjadi identifikasi masalah bagi peneliti, diantaranya :

1. Penelitian ini difokuskan pada motivasi/dorongan konsumen terhadap pembeli makanan di Restoran non muslim.
2. Penelitian ini difokuskan bagi khusus Restoran non muslim yaitu Restoran Segar, Solomuda, Warkop 88 dan Purnama.
3. Literatur proses penyajian makanan di Restoran non muslim dari pemilik Restoran.

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya pembahasan masalah terhadap apa yang akan diteliti, maka pada penelitian ini penulis hanya memfokuskan pada masalah faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen muslim dalam membeli makananan di Rrestoran non muslim yaitu untuk hanya konsumen di Restoran non muslim di Kota Langsa.

TABEL I-1**Daftar Nama Restoran Non Muslim di Kecamatan Langsa Kota**

Kecamatan	Restoran non muslim
1. Langsa Baro	-
2. Kota Langsa	Kost 33, Segar, Purnama, Solomuda, Warkop 88, Warkop 88, Paradiso, Warkop Fajar, Bambu Runcing Seafood, Bamboo Runcing Seafood2
3. Langsa Lama	-
4. Langsa Timur	-
5. Langsa Barat	-

Dari hasil tabel di atas, penulis mengambil restoran non muslim untuk daerah Kota Langsa yaitu Restoran Segar, Solomuda, Warkop 88 dan Purnama.

Alasan konsumen banyak didapati membeli makanan di Restoran tersebut adalah karena faktor selera, faktor kebersihan, faktor harga, faktor kualitas, faktor pelayanan, dan faktor promosi.

D. Perumusan Masalah

1. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi konsumen muslim dalam pembelian makanan di Restoran non muslim dan faktor apa yang paling dominan dalam pembelian makanan di Restoran non muslim?
2. Sejauh mana kehalalan makanan menurut hukum Islam pada Restoran non muslim di Kota Langsa?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor apa saja/penyebab konsumen muslim dalam pembelian makanan di Restoran non muslim dan faktor apa yang paling dominan terhadap konsumen muslim dalam membeli makanan di Restoran non muslim.
2. Untuk mengetahui sejauh mana kehalalan makanan yang disajikan di Restoran non muslim yaitu Restoran Restoran Segar, Solomuda, Warkop 88 dan Purnama.

F. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis manfaat penelitian ini adalah :
 - a. Sebagai suatu karya ilmiah, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya masyarakat pada umumnya untuk memberikan informasi secara transparan.
 - b. Menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya masyarakat menjadi perwakilan dari komunitas muslim yang menjadi konsumen terhadap makanan yang beredar di pasar hendaknya lebih cermat dalam pemilihan makanan yang akan dibeli. Lalu apakah makanan tersebut *halal* atau tidak.
 - c. Manfaat penelitian ini bagi produsen yang memproduksi produk makanannya adalah sebagai acuan dalam memproduksi makanannya hendaknya komoditi yang *halalan thayyiban* sesuai dengan syari'at Islam.

2. Secara praktis penelitian ini bermanfaat :

Menyebarkan informasi serta memperkenalkan kepada masyarakat mengenai makanan yang halal dan dapat menambah wawasan dalam proses pemilihan makanan yang baik untuk dikonsumsi.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penjelasan dan pemahaman pokok permasalahan yang akan dibahas, maka penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika pembahasan yaitu :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini merupakan pendahuluan untuk menjelaskan unsur-unsur yang menjadi syarat suatu penelitian ilmiah, yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

Bab ini menguraikan tentang tinjauan teoritis yang meliputi : pengertian konsumen, pengertian Restoran, Konsumen, dan makanan *halal*, proses pemilihan dan keputusan pembelian konsumen, faktor-faktor konsumen yang mempengaruhi dalam membeli makanan, hasil penelitian yang relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang meliputi : pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian

Bab ini menggunakan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas data, uji validitas, uji reliabilitas data, uji heteroskedastisitas data, uji determinasi data, dan uji hipotesis yaitu uji F dan uji T serta pembahasannya. Analisa yang digunakan untuk menerjemahkan hasil penelitian kedalam angka-angka dengan menggunakan bantuan SPSS versi 23.00. Pembahasan yang bersifat analisis tentang judul penelitian yang diangkat yaitu : faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen muslim dalam membeli makanan di Restoran non muslim (studi kasus Kota Langsa).