ANALISIS KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN KULINER ACEH TANPA LABELISASI HALAL DI KOTA LANGSA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

ARIS MUNANDAR

NIM 4022020040

PRODI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

2024 M / 1444 H

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

"Analisis Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal Di Kota Langsa"

Oleh:

Aris Munandar
NIM : 4022020040

Dapat disetujui sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, Desember 2024

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Muhammad Amin, MA	**Mutia Sumarni, MM**
NIP.19861225 202012 2 014	**NIDN. 2007078805**

Mengetahui
Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Chahayu Astina, S.E, M.Si
NIP. 198411232019032007

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul **"Analisis Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal Di Kota Langsa"** Atas Nama **Aris Munandar dengan NIM. 4022020040**. Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 26 Februari 2025. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, 26 Februari 2025

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Langsa

Penguji I

Dr. Muhammad Amin, MA
NIP. 19861225 202012 2 014

Penguji II

Mutia Sumarni, MM
NIDN. 2007078805

Penguji III

Nanda Safarida, M.E
NIP. 19831112 201903 2 005

Penguji IV

Juli Dwina Puspita Sari, SE., Mbus (ADV)
NIP. 19870706 201903 2 012

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Langsa

Dr. Muhammad Amin, MA
NIP. 19861225 202012 2 014

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aris Munandar

NIM : 4022020040

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Analisis Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal Di Kota Langsa**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Skripsi ini bukan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan skripsi saya secara orisinil dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk verisfikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan itegritas akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.

Langsa, 6 Januari 2025

Yang Menyatakan;



Aris Munandar

MOTTO

"Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri – sendiri.

Tak ada yang tau kapan kau mencapai tuju dan percayalah

bukan urusanmu untuk menjawab itu"

(Baskara Putra)

PERSEMBAHAN

Yang utama dari segalanya...

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kucintai dan kusayangi.

Ayah dan ibu tercinta...

Skripsi ini saya persembahkan untuk ayahanda tercinta yang melihat saya dari surga-Nya dan ibunda tercinta yang telah melahirkan dan membesarkan saya dengan begitu banyak kebahagiaan didalamnya. Terima kasih atas semua cinta dan kasih sayang yang telah kalian berikan kepada saya.

Dosen Pembimbing

Kepada Bapak Dr. Muhammad Amin, MA., selaku pembimbing I dan Ibu Mutia Sumarni.,MM selaku pembimbing II penulis. Terimakasih atas bimbingan dan ilmu yang selama ini telah diberikan kepada saya dengan tulus dan ikhlas.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepercayaan konsumen terhadap pembelian kuliner Aceh tanpa labelisasi halal, apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam pembelian kuliner Aceh tanpa labelisasi halal. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Subjek penelitian terdiri dari 5 orang informan yaitu 1 pemilik Bombay *Coffe* dan 4 konsumen Bombai *Coffe*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Bombai *Caffe* mampu mendapatkan kepercayaan dari konsumen mulai dari kualitas produk kuliner mie Aceh, kemudian pelayanan yang bagus, bahkan kenyamanan dan kebersihan tempat. Produk kuliner Mie Aceh menciptakan kualitas cita rasanya yang dapat diterima oleh lidah konsumen. Pelayanan dalam penyajian makanan yang diberikan juga mendapatkan respon positif dari konsumen. 2) faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen yaitu dari pengalaman sebelumnya atau rekomendasi dari konsumen terdahulu kemudian dari segi pelayanan, kebersihan dan kenyamanan yang diberikan dengan baik. Namun berkaitan dengan labelisasi halal pada Bombai *Caffe* pemilik mengakui bahwa belum memiliki sertifikat halal yang resmi. Dari sudut pandang konsumen mengenai labelisasi halal bahwa penting adanya untuk memastikan bahwa mie Aceh tersebut memang halal dan bersih, tetapi mereka tidak mempermasalahkan jika belum memiliki sertifikat halal dikarenakan mereka sudah tahu bahan-bahan yang digunakan sudah halal dan bersih dan dikarenakan di Aceh mayoritas beragama islam.

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen, Pembelian, Labelisasi Halal

ABSTRAC

This study aims to find out how consumer confidence in buying Acehnese culinary without halal labeling, what are the factors that affect consumer confidence in buying Acehnese culinary without halal labeling. The method used in this study is a qualitative approach. The research subjects consisted of 5 informants, namely 1 owner of Bombay Coffe and 4 consumers of Bombai Coffe. The results of the study show that: 1) Bombai Caffe is able to gain the trust of consumers starting from the quality of Aceh noodle culinary products, then good service, even the comfort and cleanliness of the place. Mie Aceh culinary products create a quality of taste that can be accepted by the consumer's tongue. The service in serving the food provided also received a positive response from consumers. 2) Factors that affect consumer trust are from previous experiences or recommendations from previous consumers then in terms of service, cleanliness and comfort provided well. However, regarding the halal labeling on Bombai Caffe, the owner admitted that he did not have an official halal certificate. From the consumer's point of view regarding halal labeling, it is important to ensure that the Aceh noodles are indeed halal and clean, but they don't mind if they don't have a halal certificate because they already know that the ingredients used are halal and clean and because in Aceh the majority are Muslims.

Keywords: Consumer Trust, Purchasing, Halal Labeling

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْم

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan besar kita Nabi Muhammad SAW yang kita harapkan pertolongannya di hari kiamat.

Skripsi ini berjudul "**Analisis Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Di Kota Langsa**".

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak tidak bisa menyelesaikan skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA., selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Ibu Chahayu Astina, SE, M.Si., selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Dr. Muhammad Amin, MA., selaku pembimbing I yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Ibu Mutia Sumarni, MM., selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

6. Bapak Akmal, SHI, M.E.I, selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Ekonomi Syari'ah yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
8. Segenap Staff TU Prodi Ekonomi Syari'ah dan yang memberi kemudahan administratif bagi peneliti selama masa perkuliahan.
9. Kepada Orang tua tercinta dan keluarga yang telah memberikan dukungan do'a, moral, dan materi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada semua teman-teman unit 1 jurusan ekonomi syari'ah yang sama-sama berjuang menyusun skripsi, terimakasih peneliti ucapkan karena sudah menemani mencari ilmu dalam masa perkuliahan selama 4 tahun ini.

Akhir kata, kepada Allah SWT, kita berserah diri. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.Wassalam.

Langsa, 6 Januari 2025

Penulis

Aris Munandar

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṡ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ż	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik dibaah)

ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	KasrahI	I	I
ـُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَيْ	fathah dan ya	Ai	a dan i
ـَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

Kataba = كَتَبَ

Fa'ala = فَعَلَ

Żakira = ذُكَرَ

Yażhabu = يَذْهَب

Suila = سُئِلَ

Kaifa = كَيْفَ

Haula = هَوْلَ

3. Maddah

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

Harakat dan Harakat	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـَـا / ـَـى	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
ـِـيْ	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
ـُـوْ	dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

Qāla = قَالَ

Ramā = رَمَى

Qīla = قِيْلَ

Yaqūlu = يَقُوْلُ

4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h).**

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal **=** رَوْضَةُ الأَطْفَالَ

Rauḍhatul aṭfal

al-Madīnah al-Munawwarah = المَدِيْنَةُ المُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul-Munawwarah

Ṭalḥah = طَلَحَة

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

Rabbana = رَبَّنَا

Nazzala = نَزَّلَ

al-Birr = البِرُّ

al-Ḥajj = الَحجُّ

Nu'imma = نُعِمَّ

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ل/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

   Contoh:

ar-Rajulu = الرَّجُلُ

as-Sayyidatu = السَّـيِّـدَةُ

asy-Syamsu = الَشَّـمْـسُ

al-Qalamu = القَلَمُ

al-Badī'u = البَدِيْعُ

al-Jalālu = الجَلاَلُ

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Ta'khużūna	=	تَأْخُذُوْنَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ
Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Umirtu	=	أُمِرْتُ
Akala	=	أَكَلَ

8. Penelitian Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penelitiannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan sehingga dalam transliterasi, penelitian kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللهَ لَهُوَ خَيْرُالرَّازِقِينُ

Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

فَأَوْفُوْا الكَيْلَ وَالمِيْزَانَ

Fa aufu al-kaila wa al-mīzān

Fa auful- kaila wa-mīzān

إِبْرَاهِيْمُ الخَلِيْلُ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmul-Khalīl

بِسْمِ اللهِ مَجْرهَا وَمرسَاها

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

وَلله عَلَى النَّاسِ حجُّ البَيْتِ مَنِ اسْتطَاَعَ اِلَيْهِ سَبِيْلاً

Walillāhi ‘alan-nāsi ḥijju al-baiti manistatā‘a ilaihi sabīlā

Walillāhi ‘alan-nāsi ḥijjul-baiti manistatā‘a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama dari itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلاَّ رُسُوْلٌ

Wa mā Muhammadun illa rasūl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لِلَّذِيْ بِبَكَّةَ مُبَارَكًا

Inna awwala baitin wudi’a linnāsi lallazī biBakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِيْ أُنْزِلَ فِيْهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīh al-Qur’an

Syahru Ramadanal-lazī unzila fīhil-Qur’an

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِيْنِ

Wa laqad raāhu bi al-ufuq al-mubīn

Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ

Alhamdu lillāhi rabb al-‘ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penelitian itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللهِ وَفَتح قريب

Naṣrun minallāhi wa fatḥun qarīb

لِلهِ الْأَمْرُ جَمِيْعًا

Lillāhi al-amru jamī‘an

Lillāahil-amru jamī‘an

وَاللهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيْمٌ

Wallāhu bikulli syaiin ‘alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid.Karena itu peresmian pedoman transliterasi iniperlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN ..... **i**

SURAT PERNYATAAN ..... **ii**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

ABSTRAC ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

TRANSLITERASI ..... **viii**

DAFTAR ISI ..... **xvi**

DAFTAR TABEL ..... **xviii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xix**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi Masalah 6

1.3 Batasan Penelitian 7

1.4 Perumusan Masalah 7

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian 7

1.6 Penjelasan Istilah 9

1.7 Sistematika Pembahasan 10

BAB II LANDASAN TEORI **12**

2.1 Kepercayaan Konsumen 12

2.1.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen 12

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen 13

2.1.3 Indikator Kepercayaan Konsumen 14

2.2 Pembelian 16

2.2.1 Pengertian Pembelian 16

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian 17

2.2.3 Indikator Pembelian 19

2.3 Labelisasi Halal 20

2.3.1 Pengertian Labelisasi Halal 20
2.3.2 Indikator Labelisasi Halal 23
2.4 Penelitian Terdahulu 25
BAB III METODE PENELITIAN 30
3.1 Pendekatan Penelitian 30
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 30
3.3 Subjek Penelitian 31
3.4 Sumber Data Penelitian 33
3.5 Instrumen Pengumpulan Data 33
3.6 Teknik Analisis Data 36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 37
4.1 Gambaran Umum Bombai Caffe 37
4.1.1 Lama Usaha Bombai Caffe 37
4.1.2 Jumlah Karyawan Bombai Caffe 37
4.1.3 Menu-Menu Bombai Caffe 37
4.2 Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal di Kota Langsa 39
4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Dalam Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal 45
4.4 Pembahasan Penelitian 54
4.4.1 Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal di Kota Langsa 54
4.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Dalam Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal 57
BAB V PENUTUP 61
5.1 Kesimpulan 61
5.2 Saran 62
DAFTAR PUSTAKA 64
LAMPIRAN 69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu……. 25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pedoman Wawancara Pemilik Usaha Bombai *Coffe* 69
Lampiran 2 Transkip Hasil Wawancara dengan Pemilik Usaha
Bombai *Caffe* 70
Lampiran 3 Daftar Pedoman Wawancara Konsumen Bombai *Caffe*..... 72
Lampiran 4 Transkip Hasil Wawancara dengan Konsumen
Bombai *Coffe* 73
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian..... 88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Masyarakat saat ini sering diidentifikasi sebagai masyarakat yang cenderung hidup dalam budaya konsumsi yang tinggi. Mereka sering disebut sebagai masyarakat konsumen, yang mencerminkan bagaimana norma-norma sosial dan budaya mereka dipengaruhi oleh dinamika pasar. Di era modern, pola konsumsi dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang mengubah cara pandang masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mereka.[1]

Pola hidup masyarakat masa kini juga dipengaruhi oleh kompleksitas tuntutan pekerjaan yang menghabiskan banyak waktu. Perubahan ini secara perlahan telah memengaruhi cara masyarakat memenuhi kebutuhan makanan dan minuman mereka.[2] Tidak hanya pekerja swasta, pegawai pemerintah, atau profesional lainnya, tetapi juga pekerja pabrik dan pekerja kasar cenderung beralih ke makanan dan minuman instan yang mudah didapat di berbagai tempat seperti supermarket, grosir, atau bahkan pedagang kaki lima. Hal ini mengakibatkan peningkatan kebiasaan masyarakat untuk makan di luar rumah, karena alasan-alasan praktis dan ekonomis. Selain itu, mencicipi berbagai kuliner telah menjadi tren di kalangan masyarakat.[3] Dengan banyaknya variasi makanan yang mudah ditemui di berbagai daerah, para pelaku usaha kuliner memahami peluang bisnis

[1] M. ChairuI Basrun Umanailo, Mansyur Nawawi, and Sukainap Pulhehe, "Konsumsi Menuju Konstruksi Masyarakat Konsumtif," *Jurnal SimuIacra* Vol. 1:2 (n.d.): 204.

[2] Alhani Azhari Putri et al., "Kajian Budaya Konsumtif Masyarakat Indonesia Melalui Pendekatan Teori One Dimensional Man," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 38, no. 1 (2024): 20–34.

[3] Kirana Ayudya Wardani and Ida Nurfaizah, "Tren Makanan Sebagai Dampak Globalisasi Terhadap Pertukaran Budaya," *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan* 3 (2022): 2963–3222.

yang menjanjikan terkait dengan pola konsumsi masyarakat modern. Mereka bersaing untuk menawarkan beragam produk kuliner yang inovatif dalam bentuk, rasa, jenis, dan klaim manfaat.

Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang sangat beragam, salah satunya adalah mie Aceh. Mie Aceh merupakan sebuah hidangan mie kuning pedas khas Aceh yang disajikan dalam sup kari yang gurih dan pedas, dengan berbagai pilihan bahan seperti daging sapi, daging kambing, udang, dan cumi. Mie Aceh, baik dalam versi goreng maupun kuah, biasanya ditaburi bawang goreng dan disajikan bersama emping, potongan bawang merah, mentimun, dan jeruk nipis, dengan cita rasa khas dan berbumbu rempah yang kuat, telah menjadi ikon kuliner yang sangat populer tidak hanya di Aceh, tetapi juga di seluruh Indonesia.[4]

Di Provinsi Aceh, khususnya di kota Langsa, mie Aceh menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya kuliner lokal. Dalam setiap penjuru kota, warung-warung mie Aceh dapat dengan mudah ditemukan, menawarkan berbagai varian seperti mie Aceh goreng, mie Aceh kuah, hingga mie Aceh telur ceplok. Tidak hanya menjadi pilihan masyarakat Aceh, mie Aceh juga menjadi daya tarik wisata kuliner bagi wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, muncul fenomena di mana permintaan akan mie Aceh tanpa labelisasi halal semakin meningkat. Labelisasi halal merupakan sertifikasi yang menunjukkan bahwa suatu produk telah memenuhi syarat-syarat kehalalan dalam Islam, termasuk dalam proses produksi, bahan-bahan yang digunakan, dan

[4] Fani Sartika and Rita Wahyu Ruyanti, "Strategi Pemasaran Mie Khas Aceh Pada Restoran Mie Aceh Razali," *Jurnal Manajemen dan Inovasi* 10, no. 1 (2019): 1–8.

sebagainya. Meskipun demikian, tidak semua produsen mie Aceh di kota Langsa menerapkan labelisasi halal pada produkmereka.

Kepercayaan konsumen adalah keyakinan atau persepsi positif konsumen terhadap kualitas dan integritas produk atau layanan yang ditawarkan.[5] Kepercayaan ini berperan penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen, terutama dalam konteks pembelian produk makanan. Labelisasi halal adalah proses sertifikasi yang memastikan bahwa produk makanan memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan oleh otoritas yang berwenang, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI). Keberadaan label halal memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.[6]

Kota Langsa, sebagai salah satu kota di Provinsi Aceh, memiliki mayoritas penduduk yang beragama Islam. Oleh karena itu, aspek kehalalan dalam konsumsi makanan sangat diperhatikan oleh masyarakat. Mie Aceh, sebagai salah satu makanan khas daerah, sangat terkenal di Kota Langsa. Namun, tidak semua mie Aceh yang dijual di pasaran memiliki label halal resmi. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk mie Aceh yang tidak memiliki labelisasi halal.

Faktor-faktor seperti agama, kepercayaan, dan kebiasaan berbelanja menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam memilih produk makanan

---

[5] Mega Hasibuan and Zuhrinal M Nawawi, "Peran Etika Bisnis Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen," *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan* 3, no. 1 (2023): 50–68.

[6] Nurhajijah Zulfa et al., "Konsep Maqashid Syariah Dalam Praktik Strategi Pemasaran Tiktok Dengan Landasan Etika Bisnis Islam," *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* 1, no. 2 (2023): 79–94.

dan minuman, termasuk mie Aceh. Halal, menurut definisi, merujuk pada sesuatu yang diperbolehkan dalam hukum syariah untuk digunakan, dikonsumsi, atau diusahakan karena tidak mengandung unsur yang dilarang dan perhatian terhadap cara perolehannya.

Mayoritas ulama setuju bahwa asasnya adalah "al-ashlu alal asya'i al-ibahah", yang berarti asas dasar suatu benda adalah boleh. Dalam konteks ini, kontras dengan "halal" adalah "haram", yang menunjukkan sesuatu yang dilarang dalam agama. Oleh karena itu, segala sesuatu dianggap boleh dikonsumsi, digunakan, dan diusahakan, kecuali jika ada bukti yang menyatakan sebaliknya.[7]

Dalam Islam, sesuatu dianggap haram bisa dari segi batasan atau substansi (isi) dan dari segi bentuk serta sifatnya. Namun, meskipun produk mie Aceh tanpa labelisasi halal tersebut dapat memenuhi kriteria kelezatan dan kualitas, kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut mungkin tetap dipengaruhi oleh ketiadaan label halal.

Pada tahun 2022 lalu, 3 orang asal kota Langsa tersangka telah membuat gram mie kuning mengandung boraks, dan 4,5 kilogram mie bakso/mie putih mengandung boraks. Selanjutnya, 3,2 kilogram serbuk putih terkonfirmasi mengandumie yang dicampur dengan boraks. Di antaranya, 29,8 kilogram mie kuning basahz mengandung bahan berbahaya, serta 28,5 kilogram mie bakso kuning basah mengandung bahan berbahaya. Lalu, 1,2 kilogram campuran serbuk boraks dan natrium bonzoat, 33 kilong boraks, dan 87,5 kilogram mie kuning basah, serta 31,8 kilogram boraks. Kemudian, 25 liter air abu mengandung

[7] Abdul azis Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jilid 1-. (Jakarta Ichtiar Baru Van Hoeve,2006).

boraks, dan 12,5 kilogram air gincu mengandung boraks yang tidak halal dan dapat membahayakan tubuh orang yang mengkonsumsinya.[8]

Ketidakpastian terkait kehalalan suatu produk dapat memengaruhi persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut[9]. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kepercayaan konsumen terhadap pembelian kuliner Aceh tanpa labelisasi halal di kota Langsa. Analisis yang mendalam tentang dinamika kepercayaan konsumen dalam konteks ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi dan perilaku konsumen dalam memilih produk makanan dan minuman.

Hasil wawancara dengan beberapa konsumen diantaranya bapak daud, ibu nurhayati dan Muhammad Dandi, menunjukkan pandangan yang beragam mengenai mie Aceh tanpa label halal. Hasil wawancara dengan Ibu nurhayati menyatakan, "Meskipun saya lebih berhati-hati, saya tetap membeli mie Aceh dari penjual yang sudah dikenal dan terpercaya."[10] Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak daud mengungkapkan, "Saya tetap membeli Mie Aceh walaupun tanpa label halal. Saya tahu bahwa di Aceh ini mayoritas penduduknya adalah Muslim, dan biasanya yang menjual juga Muslim. Jadi, saya percaya bahwa makanannya halal." [11]

Hasil wawancara dengan Muhammad Dandi menyatakan "Karena sudah sering makan Mie Aceh di sini dan saya kenal dengan yang masak mie di sini,

---

[8] Serambinews.com*,"* Kejari Langsa Terima 3 Tersangka Pelanggaran UU Pangan, BBPOM Limpahkan Mie Kuning Mengandung Boraks", diakses pada tanggal 3 september 2023

[9] Julia Lestari, M. Hufron, and M. Khoirul ABS, "Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie," *Jurnal Riset Manajemen* (2016): 82–94.

[10] "Hasil Wawancara Dengan Ibu Nurhayati, Ibu Rumah Tangga, Tanggal 23 April 2024"(n.d.).

[11] Hasil Wawancara Dengan Bapak Daud, Pedagang Olahan Mie Kuning, Tanggal 23 April 2024" (n.d.).

saya yakin dengan mie ini tanpa khawatir apapun. Setiap mengerjakan tugas kampus, saya selalu duduk di sini sambil makan Mie Aceh."[12]

Pandangan ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap mie Aceh tanpa label halal dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti reputasi penjual dan pengalaman pribadi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepercayaan konsumen pada pembelian kulier Aceh tanpa label halal di Kota Langsa serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap kuliner Aceh tanpa label halal di Kota Langsa. Dengan memahami faktor-faktor ini, produsen dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjaga daya saing produk mereka. Permintaan akan kuliner Aceh tanpa label halal menimbulkan pertanyaan penting terkait kepercayaan konsumen. Bagaimana kepercayaan konsumen terhadap pembelian kuliner Aceh tanpa label halal? Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen dalam konteks ini? Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan judul **"Analisis Kepercayaan Konsumen pada Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal Di Kota Langsa"**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasikan masalah dalam penelitian ini adalah tentang tingkat kepercayaan konsumen terhadap pembelian mie Aceh tanpa labelisasi halal di Kota Langsa, beserta faktor-faktor

[12] "Hasil Wawancara Dengan Muhammad Dandi, Mahasiswa, Tanggal 23 April 2024"(n.d.).

yang memengaruhinya. Ini memiliki implikasi bisnis dan sosial yang penting karena pemahaman tentang kepercayaan konsumen dapat membantu produsen dan penjual meningkatkan strategi pemasaran dan kebijakan produk mereka, serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya labelisasi halal dalam memastikan kehalalan produk makanan.

1.3. Batasan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini berfokus pada analisis kepercayaan konsumen pada pembelian mie Aceh tanpa labelisasi halal di kota Langsa. Data yang digunakan hanya berasal dari responden di kota Langsa, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat langsung diterapkan pada konteks lain. Selain itu, penelitian ini tidak mendalami proses produksi mie Aceh tanpa labelisasi halal atau aspek teknis terkait halal dalam pembuatan mie.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian iniadalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kepercayaan konsumen terhadap pembelian kuliner Aceh tanpa labelisasi halal di kota Langsa?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam pembelian kuliner Aceh tanpa labelisasi halal?

1.5. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

   Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

a) Untuk memahami kepercayaan konsumen terhadap pembelian kuliner Aceh tanpa labelisasi halal.
b) Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen dalam pembelian kuliner Aceh tanpa labelisasi halal.

2. Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca dan sebagai salah satu referensi bagi kepentingan keilmuan yang berkaitan dengan dinamika kepercayaan konsumen dalam konteks pembelian produk makanan tanpa labelisasi halal, khususnya mie Aceh di kota Langsa.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi penelitian Untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peneliti tentang mengenai kepercayaan konsumen pada pembelian mie Aceh tanpa labelisasi halal di kota langsa
b) Bagi Pemerintah sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan serta kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan regulasi labelisasi halal dan perlindungan konsumen di pasar makanan.
c) Bagi Dunia Akademik sebagai bahan Untuk meluaskan pemahaman dan pengetahuan mahasiswa/i tentang teori yang dibahas dalam perkuliahan, serta untuk menambah referensi dan

literatur. Meskipun penelitian ini memiliki keterbatasan, diharapkan dapat menjadi titik awal bagi penelitian lanjutan oleh peneliti lainnya.

1.6. Penjelasan Istilah

1. Kepercayaan Konsumen

   Kepercayaan konsumen adalah keyakinan atau penilaian positif yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu produk, merek, atau perusahaan. Ini merupakan faktor kunci dalam pengambilan keputusan pembelian, karena konsumen cenderung memilih produk atau merek yang mereka percayai atau dianggap dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Kepercayaan ini bisa didasarkan pada reputasi merek, pengalaman pribadi, rekomendasi dari orang lain, atau faktor lain seperti kualitas produk, layanan pelanggan, dan kejujuran perusahaan. Membangun dan memelihara kepercayaan konsumen adalah tujuan utama bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan dan kesetiaan merek.[13]

2. Pembelian

   Pembelian adalah sebagai salah satu fungsi dari pembelanjaan atau merupakan kegiatan dari pembelanjaan. Pembelian sama pentingnya dengan penjualan, yaitu untuk memenuhi kebutuhan setiap perusahaan, seperti kebutuhan peralatan kantor,

[13] F Maulana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Pada Produk Makanan Khas Daerah Di Aceh.," *Jurnal Penelitian Sosial dan Budaya* (2022): 78–92.

gedung, peralatan produksi, dan lain sebagainya.[14] Pembelian adalah suatu kegiatan yang mengeluarkan sejumlah uang untuk mendapatkan barang ataupun produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan.[15]

3. Labelisasi Halal

Labelisasi halal adalah proses memberikan label atau tanda identifikasi pada kemasan produk yang menunjukkan bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan dalam Islam. Label halal memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk tersebut telah diproduksi, diolah, atau disajikan sesuai dengan prinsip-prinsip halal yang ditetapkan dalam agama Islam. Proses labelisasi halal biasanya melibatkan sertifikasi oleh lembaga yang berwenanguntuk memastikan bahwa produk tersebut tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan dan diproduksi dengan mematuhi aturan dan prosedur tertentu yang sesuai dengan syariah. Label halal menjadi penting bagi konsumen Muslim dalam membuat keputusan pembelian, serta bagi produsen untuk memperluas pasar dan memenuhi tuntutan pasar yang semakin meningkat terhadap produk halal.

1.7. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdapat latar belakang masalah identifikasi masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah dan sistematika pembahasan.

---

[14] Hanhan Hanafiah Solihin dan Arvid Alnuron Fuja Nusa, "Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan, Pembelian Dan Persediaan Suku Cadang Pada Bengkel Tiga Putra Motor Garut" *Jurnal Infotronik*. Vol. 2 No. 2, 2017,hal.109

[15] Ana Naela Nurhayat,dkk, "Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Dan Pembelian Barang Pada Koperasi Kartika Samara Grawira Prabumulih. Hal.16.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai landasan teoarinya yang berisi sub pembahasan terkait yang akan di bahas dalam penelitian serta teori dan literature yang berkenaan dengan topik penelitian. selain itu juga dirumuskan penelitian sebelumnya yang relavan dengan penelitian serta kerangka teori dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Paparan dan analisis pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini mencakup uraian yang berisi kesimpulan dan saran untuk penelitian yang telah dilaksanakan untuk penelitian selanjutnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum *Caffe*

4.1.1 Lama Usaha Bombai *Caffe*

Bombai *caffe* berdiri sejak tahun 2009 dan masih aktif sampai sekarang. Bombai caffe didirikan oleh sepasang suami istri, mereka telah membangun usaha kuliner ini selama15 tahun. Berawal dari jualan mie Aceh yang hanya dibuka didepan rumah dengan bermodal *stelling* kaca biasa, kemudian berkembang sampai mempunyai caffe yang bagus, rapi dan nyaman.[48]

4.1.2 Jumlah Karyawan Bombai *Caffe*

Jumlah karyawan di Bombai Caffe sebanyak 4 orang. Terdiri dari 1 laki-laki dan 3 perempuan. Mereka bertugas untuk menanyakan pesanan, mengantar pesanan dan juga membersihkan tempat. Sedangkan yang membuat mie acehnya adalah ownernya sendiri. [49]

4.1.3 Menu – menu Bombai *Caffe*

Bombai *caffe* menyediakan berbagai macam menu mie Aceh dan tersedia juga berbagai macam minuman. Adapun menu makanan yang disediakan, yaitu:[50]

1. Mie goreng biasa
2. Mie goreng daging
3. Mie goreng telur

[48] Pemilik Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 1 November 2024
[49] Pemilik Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 1 November 2024
[50] Pemilik Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 1 November 2024

4. Mie goreng udang
5. Mie rebus biasa
6. Mie rebus daging
7. Mie rebus udang
8. Mie rebus telur
9. Indomie goreng biasa
10. Indomie goreng daging
11. Indomie goreng telur
12. Indomie goreng udang
13. Indomie rebus biasa
14. Indomie rebus telur
15. Indomie rebus udang
16. Indomie rebus daging

Adapun aneka minuman yang tersedia di Bombai *caffe*, yaitu :

1. Jus alpokat
2. Jus jeruk
3. Jus timun
4. Jus jambu
5. Jus melon
6. Jus manga
7. Jus naga
8. The hijau
9. Teh manis hangat

10. The manis dingin
11. Teh Tarik panas
12. Teh Tarik dingin
13. The botol
14. Fanta/coca cola/sprite
15. Air mineral

4.2 Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal di Kota Langsa

Kepercayaan konsumen merupakan faktor kunci dalam keputusan pembelian produk. Kepercayaan ini didasarkan pada keyakinan konsumen terhadap kualitas, keamanan, kehalalan dan keandalan produk serta kejujuran dan integritas produsen. Dalam konteks pemasaran, kepercayaan dapat didefinisikan sebagai tingkat keyakinan konsumen bahwa produk atau jasa yang ditawarkan akan memenuhi atau melampaui harapan mereka.[51]

Label halal suatu produk telah memenuhi kriteria kehalalan menurut ajaran Islam. Dan label halal memiliki beberapa indikator sebagai informasi bagi konsumen, sebagaimana disebut oleh Utami (dalam Kamalya Ihsana, dkk) bahwa produk yang telah tersertifikasi halal akan mencantumkan logo di atas pada kemasannya. Sertifikasi menjamin kehalalan produk dari segi bahan, komposisi dan proses pengolahan.[52]

---

[51] Rosmaliza Lubis and Muhammad Yafiz, "Analisis Penggunaan Labelisasi Halal Pada Produk Minuman Mixue Dalam Meningkatkan Kepecayaan Konsumen Muslim Di Kota Medan," *Jurnal Al-Buhuts* Volume 19, no. 1 (2023): 547–565.

[52] Kamalya Ihsana, Rahmad Hakim, and Setyo Wahyu Sulistyono, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal Di Kalangan

Indikator yang digunakan dalam mengukur variabel kepercayaan konsumen yaitu, sebagai berikut:

1. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap apa yang diketahui sehingga menimbulkan pemikiran positif atau negatif tentang suatu objek. Mengenai hal tersebut peneliti telah melakukan wawancara kepada pemilik Bombai *Caffe* mengenai bagaimana menjaga kepercayaan konsumen terhadap pembelian kuliner mie Aceh, beliau mengatakan:

> *"Kami mempunyai ciri khas yang berbeda dari mie Aceh yang lainnya. Kami juga terus menjaga kualitas dari produk-produk yang kami tawarkan, bagaimana menjaga cita rasa dari masakan yang kami buat, harga yang dapat dijangkau oleh para konsumen hingga kebersihan tempat, kenyamanan bahkan pelayanan yang kami berikan kepada konsumen. Tentunya kami sangat menjaga hal tersebut agar konsumen kami merasa puas atas pelayanan yang kami berikan."*[53]

Selain pemilik *Caffe* Bombai, beberapa konsumen juga ikut menyampaikan pendapatnya mengenai alasan mereka memilih produk makanan kuliner Mie Aceh yang mereka konsumsi tersebut. Seperti yang disampaikan oleh M. Mardyansyah, ia mengatakan:

> *"Yang pertama itu tadi, karena tempat ini udah punya nama. Jadi kan udah lama juga, jadi bayangan saya kalau udah lama, udah punya nama berartikan ya produknya bagus, makannya enak, makanya bisa terkenal dan banyak orang yang senang kesini. Alasan selanjutnya, selain karena terkenal ternyata setelah saya nyobain, rasanya juga lumayan enak kok tidak mengecewakan. Jadi yang sesuailah dengan apa yang didengar dari omongan orang-orang selama ini tentang tempat ini."*[54]

Masyarakat Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh," *International Journal of Islamic Economics Development and Innovation (IJIEDI)* 1, no. 1 (2021): 20–30.

[53] Pemilik Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tangal 1 November 2024

[54] M. Mardyansyah, Konsumen Bombai *Caffe*, wawancara pada tanggal 1 November 2024

Konsumen lainnya yaitu Sayyid Alaydrus juga ikut berpendapat:

> *"Faktor-faktor yang membuat saya makan disini itu karena yang pertama sudah tentu tentang rasa, dan kualitas mie Aceh di sini kan, terus yang kedua itu karena kenyamanan dan kebersihan tempatnya juga, dan yang paling terpenting itu kalau menurut saya pribadi adalah pelayanan di tempat ini itu saya acungkan jempol, karena mereka selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen sehingga konsumen ini merasa puas untuk berkunjung kembali ke tempat ini."*[55]

Dari wawancara diatas, dapat kita ketahui bahwa beberapa pelanggan atau konsumen di Bombai *Caffe* telah percaya mengenai kualitas produk mie Aceh, kemudian pelayanan yang bagus, tempat yang bersih bahkan nyaman. Kepercayaan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga. Tujuannya untuk meningkatkan usaha agar dapat lebih berkembang. Dengan mendapatkan kepercayaan yang baik dari konsumen, maka suatu usaha akan dapat meningkat penjualan.

2. Dapat Diandalkan

Indikator ini dapat berupa konsistensi dari satu rangkaian dalam pengukurannya. Dapat diandalkan atau keandalan memiliki maksud dalam pengukuran kekonsistenan sebuah perusahaan dalam menjalankan usaha yang dimiliki dari masa ke masa. Untuk hal tersebut, peneliti telah melakukan wawancara kepada pihak pemilik Bombai *Caffe* mengenai keandalan, seperti kenyamanan tempat, pelayanan guna untuk menarik perhatian konsumen, beliau mengatakan:

> *"Menjaga kebersihan tempat tentunya. Kami rasa dengan menjaga kebersihan tersebut, bisa membuat pelanggan merasa nyaman berada di caffe ini. Kemudian mengenai pelayanan juga sebisa mungkin kami*

[55] Sayyid Alaydrus, Konsumen Bombai Caffe, wawancara pada tanggal 20 November 2024

melayani konsumen dengan baik, agar menjadi feedback juga ke kami tentunya dek.''[56]

Beberapa konsumen juga menyampaikan pendapat mereka mengenai bagaimana pelayanan dan juga kenyamanan yang ada di Bombai Caffe, seperti M. Arie baidha, ia mengatakan:

''Kalau pelayanan mungkin untuk selevel restoran yang ada di Aceh, sederhana-sederhana saja, sudah bisa lah, oke lah kita bilang. Kalau kebersihan, kalau kita lihat mungkin bersih ya, nyaman. Cuma mungkin faktor temperatur ruangan aja karena di dalam kan panas, seperti yang kita tahu juga proses pembuatan mi acehnya ada di depan jadi agak panas, kalau di luar mungkin lebih dingin, lebih adem.''[57]

Kemudian, Muhammad Amin juga ikut menyampaikan pendapatnya:

''Bagus sih, mereka cepat menyajikan nya. Untuk kebersihannya bagus, enggak kotor, bersih. Nyaman juga enggak bising paling ya karena di pinggir jalan kan. Jadi ya suara-suara mobil aja.''[58]

M. Mardyansyah juga mengatakan:

''Kalau dalam segi pelayanan, yang pertama itu dari pas pertama kita ke tempat ini, itu kelihatan kalau tempatnya itu bersih dan juga nyaman. Terus suasana, kekeluargaan. Walaupun dibilang tempatnya ini semacam cafe atau restoran, cuman bukan restoran fancy yang terkesan kayak bintang 5 gitu, cuman dia lebih kayak restoran keluarga yang terasa kayak di rumah, homie, kayak gitu. Tempatnya bersih dan saya juga merasa nyaman ketika makan disini.''[59]

Dari wawancara diatas, dapat kita ketahui bahwa keandalan dalam menjalankan suatu usaha sangat perlu diperhatikan, seperti meningkatkan kualitas produk, menjaga kebersihan, meningkatkan pelayanan bahkan kenyamanan yang diperlukan oleh setiap pelanggan atau konsumen. Jika pelanggan atau konsumen tahu bahwa mereka akan merasakan makanan, layanan, dan suasana yang sama

[56] Pemilik Bombai *Caffe,* wawancara pada tanggal 1 November 2024

[57] M. Arie baidha, konsumen Bombai *Caffe,* wawancara pada tanggal 05 November 2024

[58] Muhammad Amin, konsumen Bombai *Caffe,* wawancara pada tanggal 10 November 2024

[59] M. Mardyansyah, konsumen Bombai *Caffe,* wawancara pada tanggal 1 November 2024

setiap kali mereka masuk kafe tersebut, maka mereka akan kembali lagi dan lagi. Oleh sebab itu, keandalan dari pihak pemilik harus terus dijaga dan lebih ditingkatkan kembali.

3. Jujur (*Honest*)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) jujur adalah lurus hati atau tidak berbohong. Selain itu, menurut KBBI, jujur bisa juga dikatakan sebagai suatu perilaku tidak curang atau mengikuti aturan yang berlaku. Oleh sebab itu, sikap jujur ini selalu identik dengan sikap baik. Secara umum, jujur adalah sebuah sifat yang membutuhkan kesesuaian antara perkataan yang diucapkan serta perbuatan yang dilakukan oleh seseorang. Itu artinya, seseorang kemudian dapat dikatakan jujur jika ia mengucapkan sesuatu yang sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi dan disertai dengan tindakan yang seharusnya.[60] Peneliti telah melakukan wawancara kepada pemilik Bombai *Caffe* mengenai kejujuran dalam menggunakan bahan-bahan baku, beliau mengatakan:

> *"Kalau bahan yang digunakan itu seperti sayur-sayuran, udang, telur, daging. Kami sudah pastikan kalau itu halal dan bersih. Kemudian kalau untuk harganya sudah pasti tidak menguras kantong."*[61]

Dari wawancara dengan pemilik tersebut diatas, dapat kita ketahui bahwa pemilik telah menggunkan bahan-bahan baku yang tentunya sudah dijamin kehalalan dan kebersihannya. Kejujuran dari pihak penjual tentunya akan sangat diperlukan dalam menjalan suatu usaha apapun, terlebih lagi suatu usaha yang

[60] Gramedia Blog, "Pengertian Jujur: Dalil, ciri – ciri, dan Penerapan Perilaku Jujur",https://www.gramedia.com/literasi/pengertianvjujur/?srsltid=AfmBOoq95LLHSq1y0IWfdyuuO3qXpBzgrknR7KBsuN0LTK9dFzJ6ZHw5/ Diakses pada tanggal 9 Desember 2024

[61] Pemilik Bombai *Caffe,* wawancara pada tanggal 1 November 2024

berhubungan dengan makanan. Penjual senantiasa harus menggunakan bahan-bahan teruji kehalalannya, tidak mengandung bahan-bahan yang berbahaya sehingga mencelakakan nyawa konsumen.

4. Keamanan (*Safe*)

Keamanan yang asal katanya aman adalah suatu kondisi yang bebas dari segala macam bentuk gangguan dan hambatan.[62] Mengenai hal tersebut, peneliti telah mewawancarai beberapa konsumen mengenai kemanan makanan atau dalam hal ini kehalalan dari kuliner Mie Aceh yang ada di Bombai *Caffe*, sebagaimana yang disampaikan oleh M. Mardyansyah, beliau mengatakan:

> "*Kalau saya pribadi, tergantung daerahnya. Kalau di daerah Aceh saya sudah terbiasa mengkonsumsi makanan tanpa label halal karena kan mayoritasnya udah muslim"*[63]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh M. Arie Baidha, yaitu :

> "*Iya, kalau makanan seperti mie aceh, bakso atau yang lain-lain ya saya jarang memperhatikan halal atau enggaknya, karena saya percaya dengan penjualnya, lagian di Aceh juga sepertinya sudah pasti bahan -bahannya halal"*[64]

Pernyataan yang sama yang dinyatakan oleh M. Amin, ia mengatakan :

> "*Iya, tapi tergantung daerah dan makanannya juga, kalau mi aceh kan udah pasti halal"*[65]

Sayyid Alaydrus juga mempunyai pendapat yang sama, yaitu :

> "*Saya selalu memperhatikan makanan yang saya konsumsi, harus ada label halalnya. Kecuali kalau makan diwarung biasa yang mungkin gaada*

---

[62] Kota Bangun, "Peningkatan Keamanan Dan Ketertiban Masyarakat Nagara Koto Bangun",https://kotobangun-limapuluhkotakab.desa.id/artikel/2023/7/11/peningkatan keamanan-dan-ketertiban-masyarakat-nagari-koto bangun#:~ :text= Keamanan %20yang %20asal%20katanya%20aman,berperan%20sesuai%20ketentuan%20yang%20ada/ Diakses pada tanggal 9 Desember 2024

[63] M. Mardyansyah, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 1 November 2024

[64] M. Arie Bidha, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 5 November 2024

[65] M. Amin, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 10 November 2024

logo halalnya tapi karena kita tinggal juga di Aceh jadi pasti bahan-bahan yang dipakai juga sudah halal apalagi mayoritas disini kan muslim, jadi tidak perlu diragukan"[66]

Pemilik Bombai *Caffe* juga menyampaikan pendapatnya mengenai keamanan produk makanan yang dalam hal ini yaitu kehalalan dari kuliner Mie Aceh yang dipasarkan, beliau mengatakan:

"Menurut saya itu label halal di Mie Aceh itu tidak perlu. Yang penting bahan-bahan yang digunakan itu terjamin semuanya halal."[67]

Dari hasil wawancara tersebut diatas menjelaskan bahwa pemahaman konsumen dan pemilik terhadap produk makanan halal sudah banyak tahu, namun pengetahuan mereka belum dapat memahami secara mendalam tentang produk makanan berlabel halal yang sebenarnya. Para konsumen lebih bersikap tawakal yang tinggi kepada Allah swt. Mereka yakin bahwa produk-produk kuliner yang di perjual belikan itu halal dan thayyib.

4.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Dalam Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen meliputi :

1. Pengalaman Sebelumnya

Konsumen yang telah puas dengan pembelian sebelumnya lebih mungkin akan percaya oleh produk atau merek dimasa depan. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti telah melakukan wawancara dengan konsumen, M. Arie Baidha mengatakan bahwa :

---

[66] Sayyid Alaydrus, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 20 November 2024

[67] Pemilik Bombai *Caffe*, wawancara pada tanggal 1 Noember 2024

> *"Mungkin akan kembali lagi, tapi untuk alasan tertentu saja. Seperti mungkin ada kerabat dari jauh luar kota, datang ke Langsa, kita rekomen makan di sini sama-sama, mungkin akan kembali lagi"* [68]

Hal tersebut juga dinyatakan oleh M. Amin, yaitu :

> *"Setelah saya coba, saya akan balik lagi untuk makan mie aceh disini, karena rasanya enak dan harganya juga terjangkau"*[69]

Kemudian Sayyid Alaydrus juga mengatakan bahwa :

> *"Untuk kedepannya ya selalu lah saya langganan disini, lebih dari pada sekali bahkan dalam seminggu. Kemarin, Tiba-tiba begitu saya pulang ke kampung saya, abis pulang ke rumah saya selalu melewati caffe ini kan, jadi saya selalu singgah disini, bahkan saya bungkus juga untu saya bawa pulang kerumah."*[70]

Dari wawancara diatas, dapat diketahui bahwa konsumen tertarik untuk datang kembali ke Bombai *Caffe* dengan berbagai macam alasan. Salah satunya karena cita rasa dari kuliner Mie Aceh tersebut yang enak dan juga harga yang dapat dijangkau oleh konsumen. Namun, terdapat juga perbedaan pendapat dari konsumen mengenai pembelian produk Mie Aceh secara berulang di Bombai *Caffe,* sebagaimana yang disampaikan oleh M. Mardyansyah, ia mengatakan:

> *"Itu tergantung karena kan sebenarnya kalau dibilang rasanya, mohon maaf nih kalau kita lihat dia sama aja sih kayak rasa mie di tempat lain. Bukan gak enak, enak juga, cuman belum menemukan keistimewaan. Jadi gak ada keistimewaan yang bikin saya tertarik kayak harus beli ke sini. Mengingatkan tempatnya ini lokasinya lumayan jauh. Sebenarnya strategis karena di tengah kota, cuman kalau di hitung dari rumah saya, lumayan jauh. Nah sedangkan di dekat rumah saya itu ada banyak penjual-penjual mie aceh lain yang menyediakan menu yang sama dengan di sini, dengan harga yang gak jauh beda, dengan rasa yang juga mirip-mirip, tapi tempatnya lebih deket. Jadi kan otomatis saya lebih milih yang lebih dekat rumah. Karena ya toh produknya juga sama gitu. Gak ada keistimewaan yang wow kayak yang cuman ini cuman ada di sini, gak ada*

---

[68] M. Arie Baidha, , Konsumen Bombai *Caffe,* Wawancara Pada Tanggal 5 November 2024

[69] M. Amin, Konsumen Bombai *Caffe* Wawancara Pada Tanggal 10 November 2024

[70] Sayyid Alaydrus, Konsumen Bombai *Caffe* Wawancara Pada Tanggal 20 November 2024

di tempat lain gitu, enggak. Jadi sama aja kayak regular mie aceh. Makanya saya lebih milih yang di deket rumah aja"[71]

Dari hasil wawancara tersebut diatas menjelaskan bahwa M. Mardyansyah tidak begitu tertarik untuk membeli produk kuliner Mie Aceh di Bombai *Caffe* secara berulang, dengan beberapa alasan tertentu seperti cita rasanya yang dianggap biasa saja dan lebih memilih membeli produk kuliner Mie Aceh yang dekat dengan rumahnya saja. Dalam hal ini, pemilik perlu meningkatkan kualitas dari cita rasa produk kuliner Mie Aceh tersebut.

2. Reputasi Merek

Reputasi merek dibangun melalui konsistensi penyediaan produk berkualitas, pelayanan yang baik dan juga komunikasi yang transparan. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti telah melakukan wawancara dengan konsumen, M. Mardyansyah mengatakan bahwa :

"Yang pertama itu tadi, karena tempat ini udah punya nama. Jadi kan udah lama juga, jadi bayangan saya kalau udah lama, udah punya nama berartikan ya produknya bagus, makannya enak, makanya bisa terkenal dan banyak orang yang senang kesini. Alasan selanjutnya, selain karena terkenal ternyata setelah saya nyobain, rasanya juga lumayan enak kok tidak mengecewakan. Jadi yang sesuailah dengan apa yang didengar dari omongan orang-orang selama ini tentang tempat ini"[72]

Kemudian konsumen atas nama M. Arie Baidha, mengatakan :

"Yang pertama mungkin rekomendasi kawan itu ya. Yang kedua tempatnya, sudah selevel restoran mungkin Jadi mungkin kira-kira itu sih yang membuat saya tertarik makan di sini"[73]

---

[71] M. Mardyansyah, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 1 November 2024

[72] M. Mardyansyah, Konsumen Bombai *Caffe* Wawancara Pada Tanggal 1 November 2024

[73] M. Arie Baidha, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 5 November 2024

Kemudian M. Amin mengatakan :

> *"Satu, ya kata orang enak jadi saya pengen tes di sini"*[74]

Sayyid Alaydrus juga menyampaikan pendapatnya, beliau mengatakan bahwa:

> *"Faktor-faktor yang membuat saya makan disini itu karena yang pertama sudah tentu tentang rasa, dan kualitas mie Aceh di sini kan, terus yang kedua itu karena kenyamanan dan kebersihan tempatnya juga, dan yang paling terpenting itu kalau menurut saya pribadi adalah pelayanan di tempat ini itu saya acungkan jempol, karena mereka selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen sehingga konsumen ini merasa puas untuk berkunjung kembali ke tempat ini"*[75]

Dari hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa konsumen merasa puas dengan kualitas dari cita rasa produk kuliner Mie aceh yang ada di Bombai *Caffe,* sebagaimana cita rasa terhadap suatu produk makanan sangat diperlukan dalam menarik pelanggan untuk pembelian secara berulang. Produk kuliner yang berkualitas merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari suatu usaha, mengingat kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk dan jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Kemudian peneliti juga menanyakan mengenai pelayanan dengan konsumen bombai *caffe yang* bernama M. Mardyansyah, ia mengatakan bahwa:

> *"Kalau dalam segi pelayanan, yang pertama itu dari pas pertama kita ke tempat ini, itu kelihatan kalau tempatnya itu bersih dan juga nyaman. Terus suasana, kekeluargaan. Walaupun dibilang tempatnya ini semacam cafe atau restoran, cuman bukan restoran fancy yang terkesan kayak bintang 5 gitu, cuman dia lebih kayak restoran keluarga yang terasa kayak di rumah, homie, kayak gitu"* [76]

---

[74] M. Amin, Konsumen Bombai *Caffe,* Wawancara Pada Tanggal 10 November 2024

[75] Sayyid Alaydrus, Konsumen Bombai *Caffe,* Wawancara Pada Tanggal 20 November 2024

[76] M. Mardyansyah, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 1 November 2024

Dan pernyataan yang di berikan oleh M. Arie Baidha, yaitu :

"Kalau pelayanan mungkin untuk selevel restoran yang ada di Aceh, sederhana-sederhana saja, sudah bisa lah, oke lah kita bilang" [77]

Namun pendapat dari M. Amin adalah :

"Bagus sih, mereka cepat menyajikan nya"[78]

Adapun pernyataan dari Sayyid Alaydrus, menyakan bahwa :

" Pelayanan di sini sudah sangat bagus ya menurut saya, karena kan kualitasnya terutama, terus makanan yang disediakan juga sangat cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh para pelanggan seperti kami. Disini itu mie nya dibuat dengan cepat dan tidak terlalu lama. Jadi, pelayanannya sangat bagus ya menurut saya dibandingkan dengan beberapa tempat yang menurut saya itu kurang bagus untuk bagian pelayanannya. Karena bagi saya pelayanan itu sangat penting, untuk apa tempatnya itu bagus, bersih, rapi, tapi kalau pelayanan nya lama, itu bisa membuat pelanggan kecewa. Yang ada kita bukan makan makanan nya tapi malah makan kecewa aja ya kan"[79]

Dari hasil wawancara diatas, dapat kita ketahui bahwa, pelayanan yang diberikan di Bombai *caffe* juga mendapatkan respon yang baik dari para konsumen, sehingga konsumen merasa nyaman ketika berada di tempat tersebut. Pelayanan yang baik merupakan kunci sukses bagi restoran atau kafe. Ketika pelanggan atau konsumen merasa diperhatikan dan dilayani dengan baik, mereka akan kembali datang dan merekomendasikan restoran kepada orang lain.

Sementara itu, mengenai kebersihan tempat yang ada di Bombai *caffe*, M. Mardyansyah mengatakan bahwa:

"Tempatnya bersih dan saya juga merasa nyaman ketika makan disini"[80]

---

[77] M. Arie Baidha, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 5 November 2024

[78] M. Amin, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 10 November 2024

[79] Sayyid Alaydrus, Konsumen Bombai *Caffe,* Wawancara Pada Tanggal 20 November 2024

[80] M. Mardyansyah, Konsumen Bombai *Caffe,* Wawancara Pada Tanggal 1November 2024

Hal yang sama juga dinyatakan oleh M. Arie Baidha, yaitu :

"*Kalau kebersihan, kalau kita lihat mungkin bersih ya, nyaman. Cuma mungkin faktor temperatur ruangan aja karena di dalam kan panas, seperti yang kita tahu juga proses pembuatan mi acehnya ada di depan jadi agak panas, kalau di luar mungkin lebih dingin, lebih adem"*[81]

M. Amin juga mengatakan bahwa :

"*Bagus, enggak kotor, bersih. Nyaman juga enggak bising paling ya karena di pinggir jalan kan. Jadi ya suara-suara mobil aja"*[82]

Sayyid Alaydrus juga mempunyai pendapat yang sama, yaitu :

"Kebersihan dan kenyamanan di sini lumayan bagus loh, karena dengan tempatnya itu yang memang tidak terlalu dekat dengan keramaian yang pertama, kemudian yang kedua juga walaupun pinggir jalan memang tapi kita bisa bilang dekat dengan suasana hijau gitu di pinggir-pinggir sawah, jadi sejuk aja matanya. Dan untuk kebersihan disini juga sudah bersih ya bagi, seperti yang kita lihat biasanya kan kalau dipinggir sawah gini banyak sampah-sampah gitu kan, tapi disini Alhamdulillah kebersihannya terjaga. Terus bagi saya juga pelanggan merasa nyaman disini, tidak terganggu dengan yang namanya kebersihan tempat"[83]

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas, dapat kita ketahui bahwa pemilik Bombai *Caffe* sangat menjaga kebersihan tempat. Kafe yang bersih sangat penting untuk menciptakan suasana yang nyaman dan ramah yang menarik pelanggan atau konsumen dan membuat mereka ingin berkunjung lagi.

Berkaitan dengan harga di Bombai *caffe*, M. Mardyansyah memberi pendapatnya, yaitu :

"Kalau untuk harga, relatif sih. Tergantung dengan menu yang kita pesan, tergantung dengan pilihan topping. Misalnya kalau mie aja yang normal, kosong, gak pakai topping apa-apa kan beda harganya dengan yang topping. Jadi kalau harga itu bisa sesuaikan. Kita mau yang harga berapa, mau dengan topping apa, kayak itu. Cuman kalau kita ukur

[81] M. Arie Baidha, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 5 November 2024

[82] M. Amin, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 10 November 2024

[83] Sayyid Alydrus, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 20 November 2024

dengan standar harga orang di sini, di kota Langsai ini, masih dalam hitungan terjangkau lah, gak yang mahal-mahal kali gitu''[84]

Sedangkan M. Arie Bidha, mengatakan bahwa :

''Kalau untuk harga itu mungkin relatif, karena dari menunya juga menyediakan beberapa variasi mi aceh. Tergantung dari toppingnya, seperti seafood, ada udang-udangnya, ataupun daging''[85]

Lalu menurut M. Amin, yaitu :

''Ya kalau saya worth it lah buat bilang, karena kan di sini ada yang pakai seafood atau pakai yang lain. Jadi kalau untuk saya sih masih oke''[86]

Sedangkan Sayyid Alaydrus, menyatakan bahwa :

''Harga disini menurut saya lumayan standar lah terjangkau lah lebih kurang. Karena sesuai dengan kita bilang sesuai dengan isi kantong kita lah sesuai dengan rasa juga Maksudnya dengan harga yang terjangkau. Bisa mendapatkan rasa yang lumayan sesuai dengan lidah kita''[87]

Dari hasil wawancara tersebut diatas, menjelaskan bahwa harga yang ditetapkan di Bombai Caffe sangat terjangkau. Harga yang ditetapkan juga berdasarkan dengan kualitas Mie Aceh yang dimasak oleh pemilik, tergantung dari permintaan konsumen seperti mie aceh biasa, mie aceh seafood dan lain sebagainya.

3. Kepatuhan Terhadap Regulasi

Kepatuhan terhadap standar dan regulasi yang berlaku, termasuk dalam hal kesehatan, keselamatan, dan lingkungan, sangat penting untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Produsen yang mematuhi regulasi ini menunjukkan komitmen mereka terhadap kualitas dan keamanan produk.

[84] M. Mardyansyah, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 1November 2024

[85] M. Arie Bidha, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 5 November 2024

[86] M. Amin, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 15 November 2024

[87] Sayyid Alaydrus, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 20 November 2024

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti telah melakukan wawancara mengenai bahan baku yang digunakan oleh pemilik bombai *caffe*, beliau mengatakan bahwa:

> *"Kalau bahan yang digunakan itu seperti sayur-sayuran, udang, telur, daging. Kami sudah pastikan kalau itu halal dan bersih"*[88]

Dan peneliti juga menanyakan mengenai adanya label halal di kafe tersebut, pemilik bombai *caffe* menyatakan bahwa :

> *"Kalau sertifikat halalnya belum, tapi akan saya usahakan untuk membuat sertifikat halal itu. Karena bahan-bahan yang sudah saya gunakan itu pada halal semua"*[89]

Dalam hal ini peneliti juga menanyakan pendapat konsumen terhadap pentingnya labelisasi halal dan jika ada kebijakan yang mewajibkan adanya labelisasi halal pada mie Aceh, sebagaimana pendapat M. Mardyansyah, yaitu:

> *"Sebenernya penting gak penting sih. Penting kalau memang dari yang punya usaha dia ingin mengembangkan. Misalnya mau buka cabang. Ataupun mau buka cabang terutama ke kota-kota lain ya. Ke kota-kota busa lain. Itu menurut saya sangat penting untuk dia daftarin label halal. Cuman kalau misalnya untuk di daerah sekitaran langsa aja. Di mana kan disini mayoritasnya muslim. Apalagi yang punya usahanya juga orang muslim. Jadi pasti pemikiran konsumen disini karena dia islam otomatis dia ngerti lah. Soal halal atau haramnya produk. Dan udah pasti karena sesama muslim dia juga ikut masak. Ikut milih bumbu-bumbunya. Terus bahan bakunya. Dia kan paham juga lah masalah kayak gitu. Jadi kayak percaya aja karena sesama orang muslim. Cuman kalau memang dia mau lebih mendapat kepercayaan dari konsumen. Dan mau mengembangkan bisnisnya. Saya rasa itu penting untuk mereka. Kalau memang seandainya ada peraturan khusus. Yang mewajibkan ya. Mewajibkan harus adanya label halal. Ya itu berarti lebih bagus lagi. Berarti itu kan bisa meningkatkan kualitas dari produk. Dan juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap si penjual ini. Terhadap produk tersebut. Kayak itu. Yang awalnya mungkin udah percaya karena sesama muslim. Ini kan otomatis lebih meningkat lagi kepercayaan. Nah bisa jadi nanti, yang itu yang kayak saya bilang tadi. Kan ini belum ada keistimewaan nih dari produk ini. Nah bisa jadi kalau seandainya nanti dia daftarin. Berarti kan dia udah ada yang dia punya di tempat lain gak punya. Kelebihan.*

[88] Pemilik Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 1 November 2024
[89] Pemilik Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 1 November 2024

Kelebihan. Nah bisa jadi itu jadi nilai plus atau nilai tambah. Di mata konsumennya"[90]

Kemudian menurut M. Arie Baidha, yaitu :

"*Mungkin lebih ke sertifikasi halalnya, karena ini kan berupa restoran, kalau cap halal itu kan di produk kemasan. Kalau sertifikat mungkin fifty fifty bagi saya fifty fifty dalam artian kalau kita kan biasa di Aceh jadi kan sudah mungkin lebih percaya sama produsen, sama yang buat mie Aceh. Karena saya sendiri pun kalau memang makan mie Aceh biasanya itu kan mie dari tepung udah pasti halal, kemudian kalau kita pakai seafood itu kan nggak ada haramnya makanan yang dari laut. Yang masalah mungkin dari daging yang kita kadang-kadang berspekulasi ini dagingnya halal atau haram, apakah disembelih dengan cara yang halal, tapi kalau pribadi saya sendiri di Aceh beli daging itu biasanya ditunjukkan ada sertifikat halalnya, sertifikat sembelihnya, siapa yang menyembelih, jadi saya lebih percaya kalau di Aceh mungkin nggak terlalu perlu. Tapi kalau di luar Aceh yang masyarakatnya campur aduk agamanya ataupun yang lebih dominan non muslim mungkin harus. Tergantung lokasi, jika di Aceh seperti tempat tinggal kita ini sepertinya tidak ada label halalpun tidak papa. Karena sudah Aceh kan memang kota yang insya allah masyarakatnya taat dan patuh dengan ajaran Islam"*[91]

Sedangkan M. Amin berpendapat bahwa :

"Kalau labelisasi halal ya perlu, cuma ya enggak perlu perlu kali, karena kan itu untuk biar kita enggak ragu ataupun orang orang luar enggak ragu untuk beli mie Aceh itu halal atau haram. Tapi kan karena kita penduduk disini ya tau kayakmana orang cara buatnya. Jadi ya gak payah mikir lagi itu halal atau haram. Lebih baik jika ada label halal dan kalau gak ada pun ya gakpapa"[92]

Sayyid Alaydrus dalam menanggapi hal ini, mengaakan bahwa :

"Kalau menurut saya kembali lagi kepada kita masing-masing ya. Untuk sesuai dengan anjuran sesuatu yang kita makan yang ada logo halalnya itu lebih baik dikonsumsi. Dari pada yang gak ada supaya tidak ada namanya was-was di dalam hati kita. Kita pun gak ada ragu-ragu sehingga dengan ada logo halalnya Kita merasa yakin makanan ini sudah bagus dikonsumsi jadi tidak ada ragu-ragu. Bagi saya Sangat penting lah, alasannya abang kira supaya tidak ada keraguan biar konsumen nih

---

[90] M. Mardyansyah, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 1 November 22024

[91] M. Arie Baidha, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 5 November 2024

[92] M. Amin, Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 15 November 2024

sudah halal makan terus Konsumen itu tidak berpikir panjang untuk datang ke restoran memakan makanan yang ada disini"[93]

Dari hasil wawancara diatas, dapat kita ketahui bahwa terkait produk yang memiliki label halal atau tidak, pemilik dan pelanggan atau konsumen Bombai *Caffe* berpendapat bahwa hal tersebut tidak terlalu mereka perdulikan, namun bukan berarti mereka tinggalkan hanya saja acuh tak acuh terlebih kurangnya pengetahuan dan pemahaman mereka seputaran label halal, sehingga mereka tidak menjadikan label halal sebagai ukuran mereka dalam melakukan keputusan pembelian, adapun alasan mereka yakin produk yang ada Bombai *Caffe* maupun di luar itu halal sekalipun tidak ada labelnya. Alasan yang paling utama adalah faktor agama. Karena penduduk masyarakat Kota Langsa, Provinsi Aceh rata-rata penduduknya mayoritas muslim, tentu produk yang tersebar juga pastinya dipertimbangkan apakah aman atau tidak dikonsumsi oleh masyarakat muslim. Selain itu, konsumen tidak mempermasalahkan ada tidaknya label halal pada makanan tersebut karena mengingat produk kuliner Mie Aceh tersebut banyak yang mengonsumsi namun aman aman saja.

4.4 Pembahasan Penelitian

4.4.1 Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal di Kota Langsa

Kepercayaan konsumen merupakan faktor kunci dalam keputusan pembelian produk. Kepercayaan ini didasarkan pada keyakinan konsumen terhadap kualitas, keamanan, kehalalan dan keandalan produk serta kejujuran dan

[93] Sayyid Alaydrus, , Konsumen Bombai *Caffe*, Wawancara Pada Tanggal 20 November 2024

integritas produsen. Dalam konteks pemasaran, kepercayaan dapat didefinisikan sebagai tingkat keyakinan konsumen bahwa produk atau jasa yang ditawarkan akan memenuhi atau melampaui harapan mereka.[94]

Kepercayaan juga memainkan peran penting dalam era digital saat ini, di mana konsumen memiliki akses yang lebih luas terhadap informasi dan ulasan produk. Dengan adanya berbagai platform online seperti media sosial dan situs ulasan, konsumen dapat dengan mudah menemukan informasi yang mendukung atau merusak kepercayaan mereka terhadap produk atau merek tertentu. Oleh karena itu, perusahaan harus aktif dalam mengelola reputasi dan menjaga integritas informasi yang disampaikan kepada konsumen.

Sebagaimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga. Tujuannya untuk meningkatkan usaha agar dapat lebih berkembang. Dengan mendapatkan kepercayaan yang baik dari konsumen, maka suatu usaha akan dapat meningkat penjualan. Bombai *Caffe* telah mendapatkan kepercayaan dari konsumen mengenai kualitas produk mie Aceh, kemudian pelayanan yang bagus, bahkan kenyamanan dan kebersihan tempat. Beberapa konsumen mengatakan bahwa kualitas produk kuliner Mie Aceh mengenai cita rasanya dapat diterima oleh lidah konsumen. Pelayanan yang diberikan juga mendapatkan respon positif dari konsumen. Penyajiannya yang cepat membuat konsumen merasa puas atas pelayanan tersebut. Kemudian kenyamanan dan kebersihan tempat juga sangat diperhatikan oleh pemilik Bombai

[94] Rosmaliza Lubis and Muhammad Yafiz, "Analisis Penggunaan Labelisasi Halal Pada Produk Minuman Mixue Dalam Meningkatkan Kepecayaan Konsumen Muslim Di Kota Medan," *Jurnal Al-Buhuts* Volume 19, no. 1 (2023): 547–565.

Caffe, mereka selalu memperhatikan kebersihan tempat hingga para konsumen merasa nyaman ketika berada di tempat tersebut.

Pemilik Bombai *Caffe* juga telah menggunkan bahan-bahan baku yang tentunya sudah dijamin kehalalan dan kebersihannya. Kejujuran dari pihak penjual tentunya akan sangat diperlukan dalam menjalan suatu usaha apapun, terlebih lagi suatu usaha yang berhubungan dengan makanan. Penjual senantiasa harus menggunakan bahan-bahan teruji kehalalannya, tidak mengandung bahan-bahan yang berbahaya sehingga mencelakakan nyawa konsumen. Keamanan produk yang dalam hal ini adalah label halal di Bombai *Caffe* memang belum mempunyai sertifikasi halal. Terkait Labelisasi Halal maka Agama memainkan peran penting dalam menentukan apa yang dianggap halal dan haram dalam makanan. Konsep halal dalam agama, seperti Islam, memiliki pedoman khusus tentang makanan yang diperbolehkan. Namun, pemahaman konsumen dan pemilik terhadap produk makanan halal sudah banyak tahu, tetapi pengetahuan mereka belum dapat memahami secara mendalam tentang produk makanan berlabel halal yang sebenarnya. Para konsumen lebih bersikap tawakal yang tinggi kepada Allah swt. Mereka yakin bahwa produk-produk kuliner yang di perjual belikan itu halal dan thayyib. Alasan yang paling utama adalah faktor agama. Karena penduduk masyarakat Kota Langsa, Provinsi Aceh rata-rata penduduknya mayoritas muslim, tentu produk yang tersebar juga pastinya dipertimbangkan apakah aman atau tidak dikonsumsi oleh masyarakat muslim. Oleh sebab itu, pemilik dan konsumen tidak begitu mempermasalahkan produk kuliner Mie Aceh tersebut memiliki label halal atau tidak.

4.4.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Dalam Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal

1. Pengalaman Sebelumnya

Konsumen yang telah puas dengan pembelian sebelumnya lebih mungkin akan percaya oleh produk atau merek dimasa depan. konsumen tertarik untuk datang kembali ke Bombai *Caffe* dengan berbagai macam alasan. Salah satunya karena cita rasa dari kuliner Mie Aceh tersebut yang enak dan juga harga yang dapat dijangkau oleh konsumen.

Sebagaimana hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memilih kembali lagi untuk makan mie Aceh di bombai *caffe* dikarenakan rasanya yang enak dan harganya yang terjangkau. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengalaman sebelumnya merupakan hal yang penting untuk memutuskan pembelian selanjutnya, maka dari itu sangat penting bagi pemilik *caffe* menjaga konsistensi rasa pada mie Aceh nya. Pengalaman sebelumnya adalah penentu untuk membentuk rasa kepercayaan terhadap suatu produk, maka jika pengalaman sebelumnya mendapatkan kesan yang baik maka konsumen akan kembali lagi untuk membeli. Bahkan konsumen akan mengajak dan merekomendasikan makanan tersebut dengan teman, tetangga atau saudaranya untuk beli makanan tersebut. Dan konsumen yang datang untuk pertama kali, karena mereka mendapat rekomendasi dari teman, keluarga atau saudaranya yang lain.

Namun ada konsumen yang belum tertarik untuk kembali lagi ke bombai *caffe* ini karena belum puas atau belum menemukan keistimewaan rasa jika

dibandingkan dengan tempat lain, hal ini dapat menjadi acuan untuk pemilik agar dapat menjaga rasa dan kualitas lebih konsisten lagi

2. Reputasi Merek

Reputasi merek dibangun melalui konsistensi penyediaan produk berkualitas, pelayanan yang baik dan juga komunikasi yang transparan. Sebagaimana hasil dari penelitian bahwa, konsumen yang makan mie Aceh di bombai *caffe* karena direkomendasikan oleh teman – temannya, karena mie Aceh disini termasuk kuliner legend yang ada dikota Langsa sehingga mereka tertarik untuk mencobanya. Selain itu pelayanan yang diberikan sangat bagus dan cepat, sehingga konsumen tidak perlu menunggu lama untuk menikmatinya dan pelayanan mereka yang ramah membuat mereka nyaman. Selanjutnya faktor kebersihan pada tempat ini yang membuat konsumen betah dan nyaman untuk makan disini, sesuai dengan hasil wawancara seluruh konsumen menyatakan tempat ini bersih dan ini dapat menjadi pertimbangan mereka kedepannya untuk mereka kembali lagi kesini. Selain nyaman dan bersih, harga yang ditawarkan disini juga cocok dengan makanan yang disajikan, harganya terjangkau dan relatif sesuai dengan pilihan menu makanan yang akan dipilih, hal itu juga salah satu faktor konsumen memilih makan disini. Beberapa hal tersebut yang membuat konsumen makan disini bahkan ada yang berminat akan makan disini kembali dan merekomendasikan kepada teman – teman lainnya, maka dari itu reputasi merek adalah hal yang sangat penting untuk dijaga, agar nama baik *caffe* ini selalu terjaga dihadapan konsumen, baik itu konsumen baru atau langganan lama.

3. Kepatuhan Terhadap Regulasi

Kepatuhan terhadap standar dan regulasi yang berlaku, termasuk dalam hal kesehatan, keselamatan, lingkungan, sangat penting untukmembangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Sebagaimana hasil penelitian yang telah dilakukan dengan pemilik bombai *caffe* bahwasannya bahan – bahan yang digunakan untuk membuat mie Aceh sudah dipastikan bersih dan halal jadi aman bagi kesehatan dan keselamatan jika dikonsumsi. Namun disini belum ada sertifikat halalnya, tetapi pemilik akan berusaha untuk mengurus agar mendapatkan labelisasi halal secara resmi agar lebih dapat meyakinkan konsumen, sehingga konsumen yang mengkonsumsi ataupun baru hendak makan disini mereka tidak merasakan keraguan lagi dalam mengkonsumsi mie Aceh tersebut.

Berkaitan dengan hal ini, hasil penelitian jika dilihat dari sudut pandang konsumen menurut mereka penting adanya labelisasi halal pada mie Aceh tersebut agar lebih terbukti bahwa bahan – bahan yang dipakai saat proses pembuatan mie menggunakan bahan – bahan yang halal dan bersih juga tidak membahayakan konsumen. Namun labelisasi halal bukan patokan yang sangat penting bagi mereka, karena mereka sudah tahu bahan – bahan yang digunakan untuk membuat mie adalah bahan yang halal. Dan faktor lokasi yaitu di Aceh juga membuat mereka semakin yakin bahwa bahan – bahan yang digunakan itu sudah halal, karena mayoritas disini yaitu beragama Islam dan Aceh adalah daerah yang sangat menjunjung tinggi ajaran – ajaran Islam. Jadi, menurut mereka labelisasi halal penting tetapi ada tidaknya itu tidak menjadi acuan yang paling utama untuk

mereka makan mie Aceh disini. Namun mereka menyarankan alangkah baiknya jika labelisasi halal tersebut segera diurus agar mereka semakin yakin dan percaya untuk makan disini dan jika ada orang yang ingin makan disini tidak mengkhawatirkan lagi tentang halal atau tidak bahan – bahan yang digunakan, hal itu juga dapat menarik perhatian konsumen yang lebih banyak lagi dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap mie Aceh disini.

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, skripsi ini membahas tentang "Analisis Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Kuliner Aceh Tanpa Labelisasi Halal Di Kota Langsa" dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian, Bombai *Caffe* mampu mendapatkan kepercayaan dari konsumen mulai dari kualitas produk kuliner mie Aceh, pelayanan yang bagus, kenyamanan dan kebersihan tempat. Produk kuliner mie Aceh menciptakan kualitas cita rasanya yang dapat diterima oleh lidah konsumen. Pelayanan dalam penyajian makanan yang diberikan juga mendapatkan respon positif dari konsumen. Kemudian kenyamanan dan kebersihan tempat juga sangat diperhatikan oleh pemilik Bombai *Caffe*, mereka selalu memperhatikan kebersihan tempat hingga para konsumen merasa nyaman ketika berada di tempat tersebut. Keamanan produk dalam hal kehalalan kuliner mie Aceh juga dinilai telah menggunakan bahan-bahan baku yang baik, bersih dan halal.
2. Berdasarkan penelitian, factor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen yaitu dari pengalaman sebelumnya atau rekomendasi dari konsumen terdahulu yang telah merasakan mie Aceh tersebut, mereka mendapatkan pengalaman yang baik dari membayar utang, menerima kembali suatu barang yang sudah dibeli karena ada ketidakpuasan segi

rasa dan harga yang konsisten juga terjangkau membuat mereka puas. Kemudian dari segi pelayanan, kebersihan dan kenyamanan yang diberikan dengan baik. Namun berkaitan dengan labelisasi halal pada *caffe* bombai pemilik mengakui bahwa belum memiliki sertifikat halal yang resmi, tetapi dapat dipastikan bahan–bahan yang digunakan halal dan bersih senhingga aman untuk dikonsumsi. Kesimpulan yang dapat diambil dari sudut pandang konsumen mengenai labelisasi halal bahwa labelisasi halal penting adanya untuk memastikan bahwa mie Aceh tersebut memang halal dan bersih, tetapi mereka tidak mempermasalahkan jika belum memiliki sertifikat halal dikarenakan mereka sudah tahu bahan-bahan yang digunakan sudah halal dan bersih dan dikarenakan di Aceh mayoritas beragama islam membuat mereka lebih yakin lagi pasti mie Aceh tersebut halal, namun alangkah baiknya jika sudah terbukti dengan labelisasi halal.

5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yang dapat ditulis, diantaranya :

1. Bagi Masyarakat

   Dalam hal ini diperlukan pengetahuan dan pemahaman termasuk kesadaran dan pada setiap masyarakat termasuk umat muslim itu senditi. Mengingat produk makanan akan terus mengalami perkembangan dan peningkatan dari waktu ke waktu maka masyarakat dituntut untuk lebih aktif dan selektif dalam memilih produk makanan yang akan dikonsumsi.

2. Bagi Produsen

   Menjaga keperscayaan masyarakat dengan mmastikan setiap produk yang diproduksi aman dan terpercaya salah satunya menerbitkan labelisasi halal.

3. Bagi Pemerintah

   Upaya dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya labelisasi halal untuk melindungi hak konsumen muslim sangat penting. Dalam hal ni diperlukan peran pemerintah dalam mengawasi dna memastikan ketepatan labelisasi halal pada produk makanan untuk menjaga kepercayaan konsumen.

4. Bagi peneliti selanjutnya

   Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.