

ABSTRAK

Pada umumnya setiap tempat penjualan suatu produk tidak memandang produk berlabel halal atau tidaknya, melainkan meskipun tidak ada keterangan tertulis bahwa barang itu halal tidak ada batasan bagi setiap tempat untuk tetap menjualnya. Dari itu ada sebuah tempat penjualan macam-macam produk di dalamnya, yaitu Supermarket Sakinah. Dimana tempat ini semua produk yang di jualnya tersebut berlabel halal, serta apabila ada beberapa produk tidak tercantum label halal pada kemasan produk tetapi produk tersebut ada sertifikat halalnya. Dan meskipun penjualan terbatas dengan tidak adanya barang tidak berlabel seperti halnya rokok, minuman keras, serta yang lainnya, akan tetapi di tempat tersebut banyak pelanggannya, sehingga peneliti ingin mengetahui pengaruhnya label halal tersebut terhadap kepuasan konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan atau sedang melakukan pembelian di supermarket sakinah surabaya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan menggunakan skala *likert* mengambil sebagian sampel dari seluruh konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel label halal mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan adanya hasil pengujian data. Pada uji validitas data yang di uji sudah valid, begitupula dengan reliabilitas datanya sudah reliable diatas *Cronbach's Alpha*. Pada uji normalitas P plot titik-titik yang menyebar di sekitar garis dan penyebarannya tersebut mengikuti arah garis, maka data tersebut berdistribusi normal. Uji regresi linier sederhana nilai $\text{sig.} < 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya label halal berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Kata kunci: Label halal, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

In general, every store which sell a product does not look at the product labeled “halal” or not, even though there is no written statement that the item is “halal” there is no limit for every store to keep selling it. At some place, there is a store selling various kinds of products , namely Sakinah Supermarket. All products sold in Sakinah Supermarket are labeled “halal”, and also some products which not listed “halal” label on the product packaging but the product has a “halal” certificate. Even though sales are limited in the absence of unlabeled “halal” goods such as cigarettes, liquor, and others, Sakinah Supemarket still has many customers. Because of that the researchers want to know the effect of the “halal” label on customer satisfaction.

The method used in this study is a quantitative method with a case study approach. Respondents in this study were consumers who had done or were making purchases at the Surabaya Sakinah supermarket. Data collection techniques was using questionnaires and the Likert scale to take a portion of samples from all consumers.

The results of this study indicate that the halal label variable has an influence on the variable customer satisfaction, this is proofed by the results of testing the data. In the validity test ,the data tested was valid, as well as the reliability of the data was reliable above Cronbach's Alpha. In the normality test P plot the points that spread around the line and the spread follows the direction of the line, then the data is normally distributed. Simple linear regression test sig. <0.05 then H_0 is rejected, meaning that the halal label has a positive effect on customer satisfaction. The results of the t test are $t_{count} > t_{table}$.

Keywords: Halal label, customer satisfaction.