



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# PENGARUH LABEL HALAL LITERASI HALAL DAN PROMOSI TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM MENGONSUMSI PRODUK UMKM PADA ZONA KULINER HALAL AMAN DAN SEHAT (KHAS) DI KOTA PEKANBARU

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Magister Ekonomi



Oleh :

DESI ANDRIANI

NIM 22390324791

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1446 H / 2025 M



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**PASCASARJANA**  
**كلية الدراسات العليا**  
**THE GRADUATE PROGRAMME**

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004  
Phone & Facs, (0761) 858832, Site : pps.uin-suska.ac.id E-mail : pps@uin-suska.ac.id

## Surat Izin Pengesahan

: Desi Andriani  
: 22390324791  
: M.E. (Magister Ekonomi Syariah)  
: Pengaruh Label Halal, Literasi Halal dan Promosi  
terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengonsumsi  
Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, aman dan sehat  
di Kota Pekanbaru

**Prof. Dr. Zaitun, M.Ag**  
Penguji I/Ketua

**Dr. Herlinda, M.A.**  
Penguji II/Sekretaris

**Dr. Mahyarni, SE., MM.**  
Penguji III

**Dr. Muhammad Albahi, M.Si.Ak**  
Penguji IV

Nomor Induk Mahasiswa  
Gelar Akademik

Tanggal Pengesahan:

Tanggal Pengesahan

17/03/2025

UIN SUSKA RIAU

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



## PENGESAHAN PEMBIMBING

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku Pembimbing Tesis, dengan ini mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul : Pengaruh Label Halal, Literasi Halal dan Promosi terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, Aman dan Sehat di Kota Pekanbaru, yang ditulis oleh :

Nama : Desi Andriani  
 Nim : 22390324791  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di uji dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Penguji Tesis Program Pasca Sarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang telah diujikan pada tanggal 17 Maret 2025.

Pembimbing I,

**Prof. Fitra Lestari Norhiza, S. t, M. eng, Ph. D**

**NIP.19850616 201101 1 016**

Tanggal: 17 Maret 2025

Pembimbing II,

**Dr. Budi Azwar, SE, M.S.Ec**

**NIP.19800104 200801 1 005**

Tanggal: 17 Maret 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syaria'h

**Dr. Herlinda, M.A**

**NIP. 19640508 199303 2 002**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## PENGESAHAN PENGUJI

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku Tim Penguji Tesis, dengan ini mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul : Pengaruh Label Halal, Literasi Halal dan Promosi terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, Aman dan Sehat di Kota Pekanbaru, yang ditulis oleh :

Nama : Desi Andriani  
Nim : 22390324791  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di uji dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Penguji Tesis Program Pasca Sarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang telah diujikan pada tanggal 17 Maret 2025

Penguji I,

**Dr. Mahyarni, SE.MM**

**NIP.19700826 199903 2 001**

Tanggal: 17 Maret 2025

Penguji II,

**Dr. Muhammad Albahi. M. Si. Ak**

**NIP.19800226 20912 1 002**

Tanggal: 17 Maret 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

**Dr. Herlinda, M.A**

**NIP. 19640508 199303 2 002**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## PERSETUJUAN

Kami yang bertanda tangan dibawah ini selaku pembimbing Tesis, dengan ini menyatakan bahwa Tesis yang berjudul ; **“Pengaruh Label Halal, Literasi Halal dan Promosi terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, aman dan sehat di Kota Pekanbaru”** yang ditulis oleh ;

Nama : Desi Andriani  
 Nomor Induk Mahasiswa : 22390324791  
 Fakultas : Pascasarjana  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Untuk diajukan dalam sidang Munaqasyah Tesis pada Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 08 Maret 2025  
 Pembimbing I

Prof. Fitra Lestari Norhiza, S.T, M.Eng, Ph. D  
 NIP. 19550616 201101 1 016

Pekanbaru, 08 Maret 2025  
 Pembimbing II

Dr. Budi Azwar, SE, M.S.Ec  
 NIP. 19800104 200801 1 005

Mengetahui,  
 Ketua Program Ekonomi Syariah

Dr. Herlinda, MA  
 NIP. 19640410 201411 2 001

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Ditinjau dari Aspek Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Prof. Fitra Lestari Norhiza, S.T, M.Eng, Ph. D  
DOSEN PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

**POTADINAS**

Perihal : Tesis Saudari  
Desi Andriani

Kepada Yth,  
**Direktur Program Pascasarjana**  
UIN Sultan Syarif Kasim Riau  
Di –  
Pekanbaru

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan terhadap isi  
Tesis Saudari ;

Nama : Desi Andriani  
Nomor Induk Mahasiswa : 22390324791  
Program Studi : S2 Ekonomi Syariah  
Judul Tesis : **Pengaruh Label Halal, Literasi Halal dan Promosi terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, aman dan sehat di Kota Pekanbaru**

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian dalam sidang ujian  
Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Pekanbaru, 08 Maret 2025  
Pembimbing I (Utama)

Prof. Fitra Lestari Norhiza, S.T, M.Eng, Ph. D  
NIP. 19850616 201101 1 016





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta dilindungi UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dr. Budi Azwar, SE, M.S.Ec  
JOSEPH PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

**NOTA DINAS**

Perihal : Tesis Saudari  
Desi Andriani

Kepada Yth,  
**Direktur Program Pascasarjana**  
UIN Sultan Syarif Kasim Riau  
Di –  
Pekanbaru

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan terhadap isi  
Tesis Saudari ;

Nama : Desi Andriani  
Nomor Induk Mahasiswa : 22390324791  
Program Studi : S2 Ekonomi Syariah  
Judul Tesis : **Pengaruh Label Halal, Literasi Halal dan Promosi terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, aman dan sehat di Kota Pekanbaru**

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian dalam sidang ujian  
Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Pekanbaru, 08 Maret 2025  
Pembimbing II (Pendamping)

Dr. Budi Azwar, SE, M.S.Ec  
NIP. 19800104 200801 1 005

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Desi Andriani  
 Tempat/Tanggal Lahir : Sei Langsat, 17 Januari 2001  
 Nomor Induk Mahasiswa : 22390324791  
 Program Studi : S2 Ekonomi Syariah  
 Fakultas/Universitas : Pascasarjana/UIN Sultam Syarif Kasim Riau  
 Judul Tesis : **Pengaruh Label Halal, Literasi Halal dan Promosi terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, aman dan sehat di Kota Pekanbaru**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

- Penulisan Tesis sebagaimana judul diatas adalah hasil dari pemikiran dan karya saya sendiri,
- Semua kutipan pada karya saya ini sudah disebutkan sumbernya sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan karya ilmiah,
- Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari penulisan Tesis ini bukan hasil karya saya, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 08 Maret 2025  
 Saya yang menyatakan,



Desi Andriani  
 22390324791

UIN SUSKA RIAU





## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan limpahan rahmat serta karunia kepada kita semua. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan ini. Alhamdulillah atas kesempatan serta kesehatan yang Allah berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Tesis ini diajukan untuk memenuhi syarat akademik untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi pada jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Adapun judul Tesis penulis adalah “Pengaruh Label Halal, Literasi Halal Dan Promosi Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Mengonsumsi Produk Umkm Pada Zona Kuliner Halal, Aman Dan Sehat Di Kota Pekanbaru”

Dalam menyelesaikan Tesis ini, penulis banyak menerima dukungan, arahan, bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang turut membantu, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pengetahuan.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
2. Bapak Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Ibu Prof. Dr. Zaitun, M.Ag selaku Wakil Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pengetahuan.
  3. Ibu Dr. Hj. Herlinda, MA selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Bapak Dr. Muhammad Albahi, SE, M.Si. Ak.CA selaku Sekertaris Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan arahan dan dukungan selama masa studi
  4. Bapak Dr. Mulia Sosiady, SE, MM, Ak selaku Penasehat Akademik yang telah membimbing dan menunjukkan jalan selama perkuliahan.
  5. Bapak Prof. Fitra Lestari, S.T, M.Eng, Ph. D dan Bapak Dr. Budi Azwar, SE, M.S.Ec selaku Pembimbing Tesis yang telah mengarahkan dan meluangkan waktunya sehingga Tesis ini dapat terselesaikan dengan Baik.
  6. Pimpinan lokasi Penelitian dan seluruh jajaran Riau Garden Pekanbaru yang telah memberikan izin dan informasi kepada penulis, serta seluruh responden yang telah meluangkan waktu.
  7. Pimpinan Perpustakaan dan seluruh jajaran Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi perpustakaan.
  8. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu dan berbagi pengalaman serta semangat kepada penulis.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

9. Staf Prodi Ekonomi Syariah dan Staf Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Ekonomi Syariah.

10. Kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Mustapa dan Ibunda Rawani Pasaribu yang sangat berarti dalam hidup penulis, yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis agar dapat menyelesaikan Tesis dengan Baik. Kepada kakak tersayang Yasri Murni Sumetri dan Abang tercinta Muhammad Yasri yang selalu membakar sifat malas penulis untuk menyelesaikan kuliah.

11. Tidak lupa pula kepada teman-teman mahasiswa Ekonomi Syariah, senior dan seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang turut serta di dalam pemberian saran, pengalaman, dan semangat kepada penulis. Buat teman-teman yang masih dan sedang berjuang semoga Allah permudah segala urusannya (Semangat dan yakin sampai Sidang).

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan ke depan. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan memberikan wawasan lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pekanbaru, 09 Januari 2025  
Penulis,

**Desi Andriani**  
**NIM 22390324791**





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Permasalahan Penelitian .....	13
1. Identifikasi masalah .....	13
2. Pembatasan masalah .....	14
3. Rumusan Masalah .....	14
C. Tujuan Penelitian .....	15
D. Manfaat Penelitian .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kepercayaan konsumen.....	17
1. Pengertian kepercayaan konsumen.....	17
2. Jenis kepercayaan .....	18
3. Komponen kepercayaan.....	19
B. Label Halal .....	24
1. Pengertian label halal.....	24
2. Alur pendaftaran label halal.....	28
C. Literasi Halal .....	32
D. Promosi.....	35
D. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) .....	38
1. Pengertian UMKM .....	38
2. Azas UMKM .....	42
3. Kekuatan, kelemahan, tantangan ,dan peluang UMKM.....	44
4. Kriteria UMKM .....	46
E. Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (KHAS) .....	47
1. Pengertian zona KHAS .....	47
2. Kriteria zona KHAS .....	48



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Tujuan KHAS .....	48
4. Dasar hukum .....	49
F. Zona KHAS .....	47
G. Kerangka Pikir .....	51
H. Hipotesis Penelitian .....	51
I. Kajian Penelitian yang Relevan .....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	59
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	59
C. Populasi dan Sampel .....	60
D. Variabel Penelitian .....	61
E. Teknik Pengumpulan Data .....	64
F. Analisis Data .....	66
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	74
1. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian .....	74
2. Tujuan dan Manfaat Zona KHAS .....	77
3. Struktur Organisasi .....	78
B. Hasil Penelitian .....	79
1. Deskripsi Identitas Responden .....	79
2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	82
3. Uji Instrumen .....	86
4. Uji Asumsi Klasik .....	88
5. Regresi Linear Berganda .....	93
6. Uji Hipotesis .....	94
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	108
B. Saran .....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR TABEL**

Tabel I.1	Jumlah Penduduk per Kecamatan di Kota Pekanbaru (Jiwa) .....	5
Tabel I.1	Daftar Nama UMKM di Zona KHAS .....	8
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	86
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	86
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Agama.....	87
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Asal Daerah .....	88
Tabel 4.5	Jawaban Responden pada Variabel Label Halal .....	89
Tabel 4.6	Jawaban Responden pada Variabel Literasi Halal .....	90
Tabel 4.7	Jawaban Responden pada Variabel Promosi.....	90
Tabel 4.8	Jawaban Responden pada Variabel Kepercayaan Konsumen.....	91
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas .....	93
Tabel 4.10	Hasil Uji Reabilitas .....	94
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas.....	95
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	97
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	99
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	100
Tabel 4.15	Hasil Uji Parsial T.....	102
Tabel 4.16	Hasil Uji Simultan (F) .....	104
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	105

UIN SUSKA RIAU



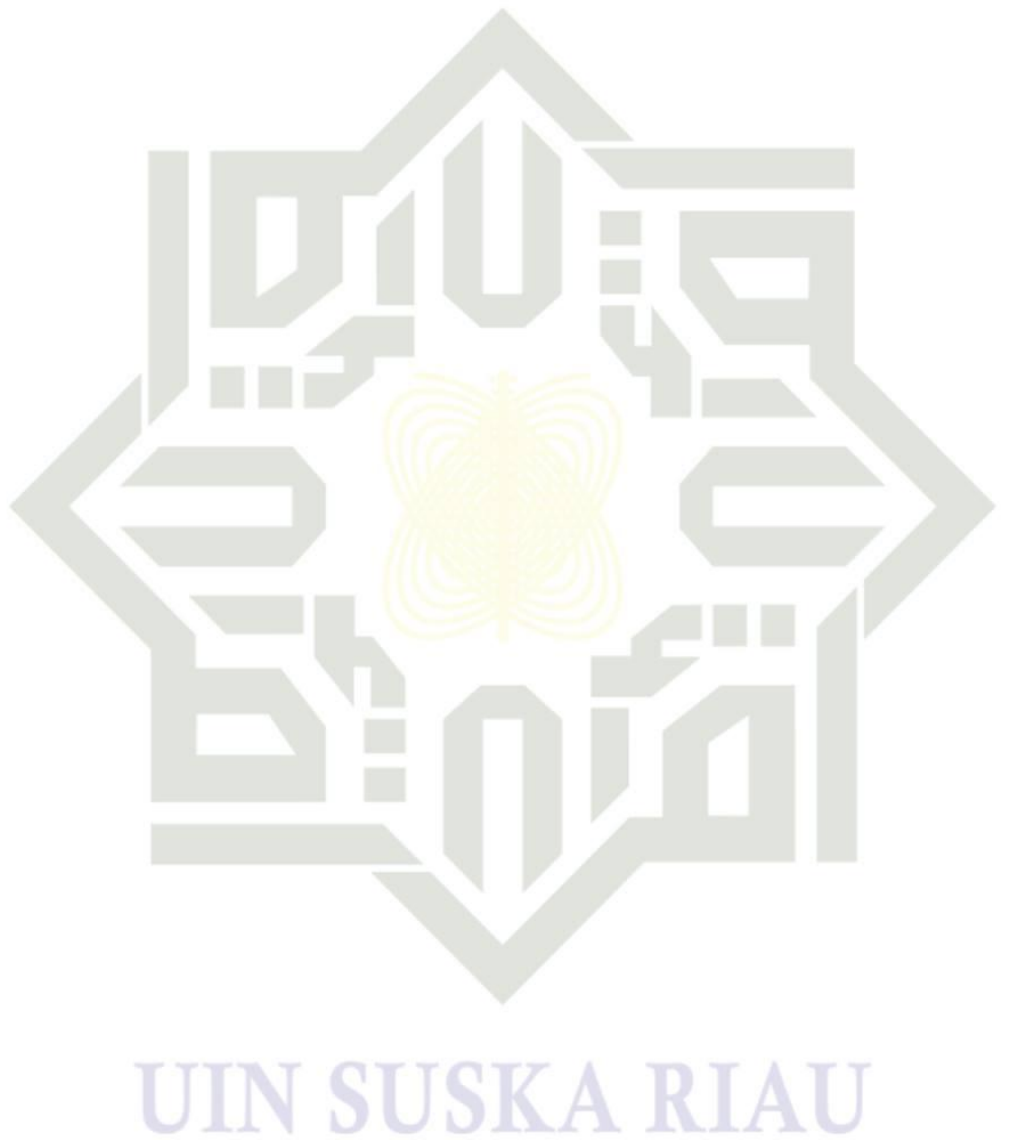


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kerja.....	84
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i> .....	98



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pengalihan huruf Arab-Indonesia dalam naskah ini didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1988, No. 158.1987 dan 0534.b/U/1987. Sebagaimana yang tertera dalam buku pedoman transliterasi bahasa Arab (A Guide to Arabic Transliteration). INIS Fellow 1992.

### A. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin
ا	A	ط	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	'
ث	TS	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	KH	ك	K
د	D	ل	L
ذ	DZ	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ص	SY	ء	'
ش	SH	ي	Y
ط	DL		



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### B. Vokal Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vocal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* “i”, dan *dommah* dengan “u” sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang = A misalnya قال menjadi *qala*

Vokal (i) panjang = I misalnya قيل menjadi *qila*

Vokal (u) panjang = U misalnya دون menjadi *duna*

Khusus untuk bacaan *ya'* nisbat, maka tidak boleh diganti dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan *ya'* nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong *wawu* dan *ya'* setelah *fathah* ditulis dengan “aw” dan “ay”.

Diftong (aw) = و misalnya menjadi قول *qawlun*

Diftong (ay) = ي misalnya menjadi خير *khayrun*

### C. Ta'Marbuthah

“Ta” marbûthah ditransliterasikan dengan “t” jika berada ditengah kalimat, tetapi apabila Ta” marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya الرسالة للمدرسه menjadi alrisalat li al-mudarrisah, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan mudlaf dan mudlafilayh, maka ditransliterasikan dengan kalimat berikutnya, misalnya في رحمة الله menjadi fi rahmatillâh.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### D. Kata Sandang dan Lafdh al-jalâlah

Kata sandang berupa “al” (اَلْ) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalâlah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan.



UIN SUSKA RIAU



## ABSTRAK

**Pengaruh Label Halal, Literasi Halal dan Promosi terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, aman dan sehat di Kota Pekanbaru**

**DESI ANDRIANI**

**NIM: 22390324791**

Email: [desiandrianipasca@gmail.com](mailto:desiandrianipasca@gmail.com)

Penelitian ini dilatar belakangi dari minimnya kegiatan UMKM di kawasan tersebut. Tidak hanya dari segi jumlah UMKM, penurunan juga terlihat jelas pada jumlah pengunjung. Riau Garden ditetapkan sebagai Zona KHAS pertama di Pekanbaru yang seluruh tenant-nya mempunyai sertifikat halal, hal ini berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Riau Nomor 7508/XI/2023. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal, literasi halal, dan promosi terhadap kepercayaan konsumen dalam mengonsumsi produk UMKM pada zona kuliner halal, aman dan sehat (KHAS) di kota pekanbaru. Jenis penelitian ini kuantitatif, Jumlah sampel sebanyak 97 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan Aksidental Sampling. Sampel dilakukan dengan perhitungan rumus Chocran. Lokasi penelitian di Riau Garden yang ditetapkan sebagai Zona KHAS. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan Label Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen dengan nilai sig (0,000) < 0,05, Literasi Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen dengan dengan nilai sig (0,000) < 0,05. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen dengan nilai i sig (0,000) < 0,05. Label halal, literasi halal dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepercayaan Konsumen dalam mengonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, aman dan sehat di Kota Pekanbaru nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. dan diperkuat dari hasil analisis koefisien determinasi yang menunjukkan nilai Adjuste R square 62,8%. dan hasil analisis Koefisien Korelasi sebesar 0,800 hal ini membuktikan hubungan yang sangat kuat antar variabel indenpenden dan dependen.

**Kata Kunci:** Label Halal, Literasi Halal, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Zona KHAS



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

The Effect of Halal Labeling, Halal Literacy and Promotion on Consumer Trust in Consuming UMKM Products at the Halal, safe and healthy Culinary Zone in

Pekanbaru City

DESI ANDRIANI

NIM: 22390324791

Email: [desiandrianipasca@gmail.com](mailto:desiandrianipasca@gmail.com)

This research is motivated by the lack of Micro, Small and Medium Enterprises activities in the area. Not only in terms of the number of Micro, Small, and Medium Enterprises, the decline is also evident in the number of visitors. Riau Garden is designated as the first KHAS Zone in Pekanbaru where all tenants have halal certificates, this is based on Riau Governor Decree Number 7508/XI/2023. This study aims to analyze the effect of halal labeling, halal literacy, and promotion on consumer confidence in consuming Micro, Small and Medium Enterprises products in the halal, safe and healthy culinary zone (KHAS) in Pekanbaru city. This type of research is quantitative, the number of samples was 97 respondents with sampling techniques using accidental sampling. The sample was carried out by calculating the Chocran formula. The research location is Riau Garden which is designated as the KHAS Zone. Data were collected using a questionnaire and then analyzed using the SPSS program. The results of this study indicate that the Halal Label partially has a positive and significant effect on Consumer Trust with a sig value (0.000) <0.05, Halal Literacy partially has a positive and significant effect on Consumer Trust with a sig value (0.000) <0.05. Promotion partially has a positive and significant effect on Consumer Trust with a sig value (0.000) <0.05. Halal labels, halal literacy and promotion simultaneously have a positive and significant effect on consumer confidence in consuming MSME products in the Halal, safe and healthy Culinary Zone in Pekanbaru City with a significance value of 0.000 <0.05. and strengthened from the results of the coefficient of determination analysis which shows the Adjuste R square value of 62.8%. and the results of the Correlation Coefficient analysis of 0.800, this proves a very strong relationship between the independent and dependent variables.

**Keywords:** Halal Label, Halal Literacy, Promotion, Consumer Trust, Zone KHAS

UIN SUSKA RIAU





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### المخلص

تأثير ملصق الحلال ومحو الأمية الحلال والترويج له على ثقة المستهلك في استهلاك منتجات المشاريع الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر في منطقة الطهي الحلال والآمن والصحي في مدينة بيسانبارو

ديسي أندرياني

الدافع وراء هذا البحث هو قلة أنشطة الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في المنطقة. ليس فقط من حيث عدد الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، بل إن الانخفاض واضح أيضًا في عدد الزوار. تم تعيين رباو جردن كأول منطقة حلال في بيسانبارو حيث يحمل جميع المستأجرين شهادات حلال، وذلك بناءً على مرسوم حاكم رباو ٥٠٨/XI/2023. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير ملصقات الحلال ومحو الأمية الحلال والترويج له على ثقة المستهلك في استهلاك منتجات الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في منطقة الطهي الحلال والآمن والصحي في مدينة بيسانبارو. هذا النوع من البحث كمي، وكان عدد العينات ٩٧ مبحوثًا باستخدام تقنيات أخذ العينات باستخدام أخذ العينات العرضية. تم إجراء العينة بحساب صيغة تشوكران. موقع البحث هو حديقة رباو التي تشير نتائج هذه SPSS. تم تحديدها كمنطقة خاس. تم جمع البيانات باستخدام استبيان ثم تحليلها باستخدام برنامج ، كما  $0.05 < \text{sig} (0.000)$  الدراسة إلى أن ملصق الحلال له تأثير إيجابي وهام على ثقة المستهلك بشكل جزئي بقيمة الترويج له تأثير  $0.05 < \text{sig} (0.000)$  أن لمحو الأمية الحلال تأثير إيجابي وهام على ثقة المستهلك بشكل جزئي بقيمة إن ملصقات الحلال ومحو الأمية الحلال والترويج في  $0.05 < \text{sig} (0.000)$  إيجابي وهام جزئيًا على ثقة المستهلك بقيمة آن واحد لها تأثير إيجابي وهام على ثقة المستهلك في استهلاك المنتجات الحلال والأمنة والصحية في منطقة الطهي الحلال والأمنة والصحية في مدينة بيسانبارو بقيمة دلالة  $(0.000 > 0.05)$  وتعزز ذلك من نتائج تحليل معامل التحديد ، ونتائج تحليل معامل الارتباط  $0.800$ ، وهذا يثبت وجود علاقة قوية جداً  $R. 62.8\%$  الذي يظهر قيمة مربع الضبط بين المتغيرات المستقلة والتابعة الكلمات المفتاحية ملصق الحلال، معرفة الحلال، الترويج، ثقة المستهلك، الحلال، منطقة الطهي الآمنة والصحية



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Peningkatan kesadaran akan pentingnya kehalalan produk makanan dan minuman telah menjadi perhatian global dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini dipicu oleh pertumbuhan jumlah populasi Muslim di seluruh dunia, yang menciptakan permintaan yang meningkat untuk produk halal. Menurut laporan *Global Islamic Economy Indicator 2020*, pengeluaran konsumen Muslim pada tahun 2019 mencapai \$2,02 triliun, dengan estimasi mencapai \$3,2 triliun pada tahun 2024. label halal telah menjadi faktor penting dalam perdagangan internasional. Beberapa negara, seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab, telah mengembangkan industri halal yang kuat dan menjadi pemain utama dalam ekonomi halal global. Upaya ini mencakup pengembangan standar halal yang komprehensif, promosi produk halal, dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk halal.<sup>1</sup>

Indonesia adalah sebuah negara yang didalamnya memiliki berbagai macam suku, budaya, dan juga agama. Keragaman tersebut disatukan dengan pedoman Indonesia yakni “Bhineka Tunggal Ika” yang dimana pedoman tersebut memiliki makna yang artinya “berbeda-beda tapi tetap satu jua”. Indonesia negara yang dimana penduduknya mempunyai populasi umat muslim terbesar. Oleh sebab itu hal tersebut dapat menyebabkan meningkatnya sebuah produkfitas dan juga sebuah permintaan produksi yang

<sup>1</sup>Anoname, *Pentingnya Literasi Halal dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Indonesia*, edisi kelima belas (Desember 2023), hlm. 6-7.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

bersifat halal yang ada di Indonesia. Contohnya adalah produksi halal food atau makanan yang berbasis halal, makanan merupakan sesuatu yang dimana berasal dari tumbuhan, hewan atau air yang kemudian diolah untuk sebagai makanan dan minuman yang kemudian dikonsumsi oleh manusia. Sedangkan makanan halal merupakan suatu makanan yang dimana prosesnya diolah dengan menggunakan bahan dari tumbuhan, hewan atau air yang hanya diperbolehkan dikonsumsi oleh umat muslim dan tidak mengandung unsur atau bahan tambahan makanan yang diharamkan dalam

Industri makanan halal di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, sejalan dengan meningkatnya permintaan akan produk halal di kalangan konsumen Muslim dan non-Muslim. Pertumbuhan ini didorong oleh kesadaran konsumen akan pentingnya konsumsi produk halal sesuai dengan ajaran agama Islam. Di Indonesia, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) telah memperkenalkan label halal wajib yang bertujuan untuk memberikan jaminan kehalalan produk kepada konsumen. Namun masih banyak konsumen pada zaman sekarang ini kurang memperdulikan akan label halal. Sehingga banyak produk yang berlabel halal tetapi belum tentu kebenaran tentang kehalalan produk tersebut, jika mendengar peristiwa itu sedih memang dengan penduduk yang mayoritas beragama Islam tetapi realisasi tentang produk halal belum terealisasi dengan baik di masyarakat terutama anak-anak pada usia sekolah.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Hayyun Durrotul Faridah,” Label halal di Indonesia: Sejarah,Perkembangan,dan Implementasi,”dalam Jurnal Of Halal Product and Research, Volume 2., No.2., ( 2019), hlm.72 .



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Allah SWT mengingatkan manusia untuk memperhatikan makanan yang mereka konsumsi, baik dari segi sumbernya maupun kualitasnya. Hal ini terdapat dalam Surah 'Abasa ayat 24-32 yang berbunyi:.

فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ (٢٤) أَتَأْتُوا الْمَاءَ صَبًّا (٢٥) ثُمَّ شَقَقْنَا الْأَرْضَ شَقًّا (٢٦) فَأَنْبَتْنَا فِيهَا حَبًّا (٢٧) وَعِنَبًا وَقَضْبًا (٢٨) وَزَيْتُونًا وَنَخْلًا (٢٩) وَحَدَائِقَ غُلْبًا (٣٠) وَفَاكِهَةً وَأَبًّا (٣١) مَتَاعًا لَكُمْ وَلِأَنْعَامِكُمْ (٣٢)

Artinya: *Maka hendaklah manusia itu memperhatikan makanannya, Kamilah yang telah mencurahkan air melimpah (dari langit), kemudian Kami belah bumi dengan sebaik-baiknya, lalu di sana Kami tumbuhkan biji-bijian, dan anggur dan sayur-sayuran, dan zaitun dan pohon kurma, dan kebun-kebun (yang) rindang, dan buah-buahan serta rerumputan, (Semua itu) untuk kesenanganmu dan untuk hewan-hewan ternakmu.*

Penggunaan label halal menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen, terutama di sektor makanan dan minuman. Label halal memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan oleh otoritas yang kompeten. Seiring dengan meningkatnya permintaan akan produk halal, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk halal.

Melindungi konsumen agar mengkonsumsi makanan yang halal dan thayib maka hadir lah zona KHAS (Kuliner Halal, Aman, dan Sehat) yang merupakan gagasan dari KNEKS. Gagasan ini bertujuan untuk mewujudkan konsep makanan halal di berbagai wilayah di Indonesia, khususnya di sentra pangan jajanan yang mayoritas penduduknya muslim.

Zona kuliner halal, aman, dan sehat merupakan tempat dimana semua pihak terkait bekerjasama untuk menyediakan makanan dan minuman yang halal, sehat, aman, dan lingkungan nyaman sesuai dengan kaidah Syariah.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

Keberadaan zona kuliner halal, aman, dan sehat merupakan salah satu hal menunjang perkembangan perekonomian. Dengan adanya kawasan kuliner halal, dapat memberikan pelayanan yang mampu menjamin makanan dan minuman yang dikonsumsi memenuhi kehalalan, kesehatan, dan kenyamanan bagi pengunjung. Mengonsumsi makanan yang halal, aman, dan sehat merupakan hak konsumen, tanpa memandang suku, ras, agama maupun ekonomi.<sup>3</sup>

Terdapat dua jenis Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (KHAS) yang diklasifikasikan berdasarkan status dan tingkat kesesuaiannya terhadap syarat serta kriteria yang telah ditetapkan. Pertama, Zona KHAS yang sudah ada, yaitu zona kuliner yang telah berdiri dan memiliki sarana serta prasarana pendukung, namun belum sepenuhnya memenuhi prinsip-prinsip syariat Islam serta kriteria teknis zona KHAS. Oleh karena itu, zona ini memerlukan penyesuaian dan pemenuhan terhadap berbagai persyaratan agar dapat diakui secara resmi sebagai Zona KHAS. Kedua, Zona KHAS yang akan dibentuk, yaitu zona kuliner yang dirancang dan dikembangkan sejak awal oleh pengelola atau pihak manajemen, baik dari unsur pemerintah maupun swasta. Pembentukan zona ini dilakukan dengan berpedoman pada syarat dan kriteria Zona KHAS yang telah ditetapkan, sehingga sejak awal perencanaan dan pelaksanaannya telah disesuaikan dengan prinsip kehalalan, keamanan, dan kesehatan sebagaimana yang diharapkan.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Tutut Indra Wahyuni et.al., *Buku Saku Pedoman Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat*, (Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2022), hlm. 4

<sup>4</sup> Buku saku Pedoman Zona kuliner halal, aman dan sehat

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Penduduk per Kecamatan di Kota Pekanbaru (Jiwa)**

No	Kecamatan	Jiwa
1	Tampan	203.238
2	Payung Sekaki	96.296
3	Bukit Raya	93.478
4	Marpoyan Damai	127.600
5	Tenayan Raya	154.261
6	Limapuluh	38.613
7	Sail	20.384
8	Pekanbaru Kota	22.604
9	Sukajadi	42.852
10	Senapelan	35.357
11	Rumbai	78.185
12	Rumbai Pesisir	70.488
<b>Total</b>		<b>983.356</b>

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan data diatas dapat dilihat total penduduk pekanbaru sebesar 983.356 jiwa. Hal ini memberikan potensi pasar yang besar bagi gerai UMKM di kota pekanbaru. Jumlah penduduk yang besar dapat menjadi faktor pendukung yang signifikan dalam menunjang kunjungan masyarakat ke berbagai gerai UMKM. Dengan populasi yang besar, kegiatan ekonomi di sektor UMKM memiliki peluang untuk terus berkembang dan berkontribusi pada perekonomian lokal.<sup>5</sup>

Provinsi Riau dalam menetapkan suatu kawasan sebagai Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (KHAS) diawali dengan pelaksanaan survei kelayakan. Dalam upaya mewujudkan Zona KHAS, Pemerintah Provinsi

<sup>5</sup> Badan Pusat Statistik



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Riau mengalokasikan anggaran melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) agar program tersebut dapat dimasukkan ke dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD). Namun, pada tahap awal pelaksanaan, Pemprov Riau akan mengoptimalkan pemanfaatan sumber-sumber pendanaan yang telah tersedia, dengan melibatkan berbagai lembaga, tidak hanya dari Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait, tetapi juga dari lembaga lain seperti Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) dan Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) di Pekanbaru. Keterlibatan sejumlah lembaga ini bertujuan untuk mendukung terwujudnya Zona KHAS sesuai dengan peran dan fungsi masing-masing institusi. Kepala Dinas Pariwisata (Dispar) Provinsi Riau perlu melakukan pendataan sebagai langkah awal pelaksanaan program tersebut.

Pemerintah Provinsi (Pemprov) Riau bersama Komite Daerah Ekonomi dan Keuangan Syariah (KDEKS) sudah membentuk Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (KHAS) di Riau Garden, Pekanbaru. Zona KHAS di Riau Garden ini merupakan zona kuliner pertama di Sumatera yang seluruh tenant-nya mempunyai sertifikat halal, hal ini berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Riau Nomor 7508/XI/2023. yang mana dikembangkan secara terstruktur dan terstandar berdasarkan pedoman yang disusun atas kerjasama antara Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Kementerian Kesehatan dan Kementerian Koperasi dan UMKM..<sup>6</sup>

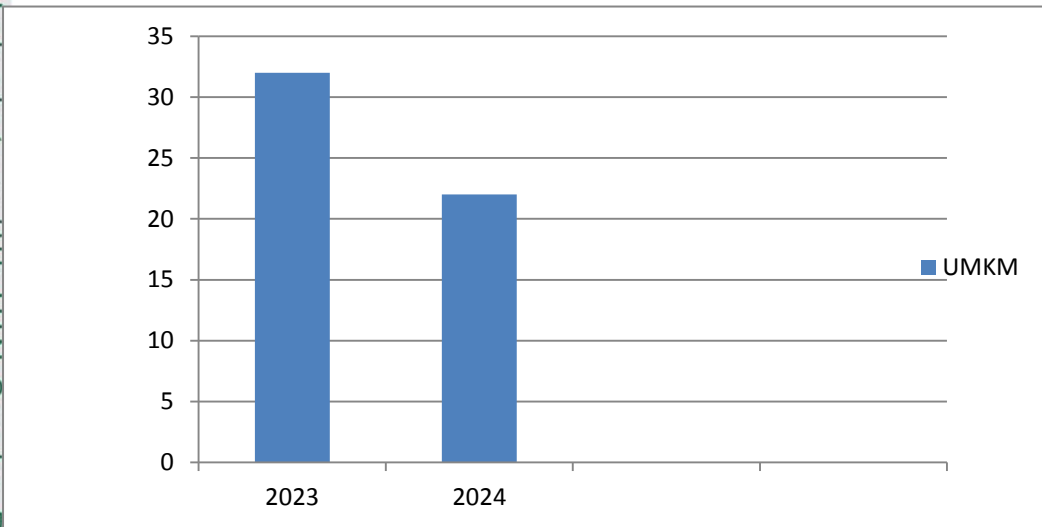
<sup>6</sup> Media Center Riau “Pemprov Riau Dorong Pemda Kabupaten/Kota Bentuk Zona KHAS”, dikutip dari <https://mediacenter.riau.go.id/read/83030/pemprov-riau-dorong-pemda-kabupatenkota-bentu.html#> pada hari minggu 23 September 2024 jam 13.45 WIB.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**Gambar 1.1 Grafik Penurunan UMKM**

Berdasarkan data terbaru yang ditampilkan, terlihat adanya penurunan yang signifikan dalam jumlah UMKM di kawasan Riau Garden. Pada tahun 2023, terdapat 32 UMKM yang aktif beroperasi, namun pada tahun 2024, jumlah tersebut berkurang menjadi 22 UMKM. Penurunan ini mencerminkan adanya permasalahan serius dalam keberlangsungan bisnis di kawasan tersebut. Hasil observasi yang dilakukan pada Sabtu malam memperkuat temuan ini. Malam akhir pekan yang seharusnya menjadi puncak keramaian justru menunjukkan banyak gerai UMKM yang kosong dan tidak beroperasi.<sup>7</sup>

Kondisi ini pun semakin diperkuat dengan ulasan yang diberikan oleh para konsumen di situs web Riau Garden, yang menyoroti minimnya kegiatan UMKM di kawasan tersebut. Tidak hanya dari segi jumlah UMKM, penurunan juga terlihat jelas pada jumlah pengunjung. Pada tahun 2023, rata-rata pengunjung yang datang pada akhir pekan menggunakan 1.300 kendaraan, namun di tahun 2024, angka ini turun drastis menjadi hanya

<sup>7</sup> Observasi Jumlah UMKM di Riau Garden dan Ulasan Konsumen, 21 September 2024

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

sekitar 300-400 kendaraan. Penurunan yang signifikan ini menjadi tanda bahwa kawasan tersebut mengalami penurunan popularitas yang cukup tajam.

Berikut gerai UMKM yang tersedia di Riau Garden:

**Tabel 1.2**  
**Daftar Nama UMKM di Zona KHAS**

UMKM di Zona KHAS	
<b>Makanan:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapur Bakarana</li> <li>2. Telur Gulung</li> <li>3. Ayam Panas dan Soto</li> <li>4. Sambal Gopek dan Seblak Aisyah</li> <li>5. Jajanan Aisyah</li> <li>6. Gerai Yolanda</li> <li>7. Pempek Alifita</li> <li>8. Burger</li> <li>9. Sate Kambing Muda</li> <li>10. Nasi Biryani dan Kebuli Spesial</li> <li>11. Mandau</li> <li>12. Dapier Aisyah</li> <li>13. Doyan Mie</li> </ol>	<b>Minuman:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aneka Jus Segar</li> <li>2. King Fruits</li> <li>3. Es Doger Aisyah</li> <li>4. Es Kul-kul</li> <li>5. Sea.Rah</li> <li>6. Adwha Fresh Girl Café</li> <li>7. E'Amor Ice Cream</li> <li>8. Kopi Konnichiwo</li> </ol>

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan data tahun 2025, jumlah pengunjung di akhir pekan masih berada pada kisaran sekitar 300-an kendaraan. Namun, pada bulan Februari terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah pengunjung yang datang ke kawasan tersebut. Peningkatan ini merupakan hasil dari berbagai upaya promosi dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Riau Garden. Strategi tersebut mencakup kolaborasi dan pelibatan berbagai pihak, baik dari instansi pemerintah, komunitas lokal, maupun pelaku usaha setempat, yang secara bersama-sama berkontribusi dalam menarik minat masyarakat untuk berkunjung.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Di sisi lain, literasi halal juga memainkan peran penting dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap produk halal. Literasi halal mencakup pengetahuan dan pemahaman konsumen tentang prinsip-prinsip kehalalan dalam Islam serta proses label halal. Konsumen yang memiliki literasi halal yang tinggi cenderung lebih selektif dalam memilih produk halal dan lebih mungkin untuk mempercayai produk yang memiliki label halal.

Literasi Halal memiliki urgensi yang tinggi dalam mendorong perekonomian Indonesia melalui industri halal. Literasi halal menjadi salah satu kunci untuk mewujudkan Indonesia sebagai pusat halal dunia pada 2024.

Hal ini karena literasi halal sangat penting untuk mendorong kesadaran bagi para produsen dan konsumen halal untuk menerapkan gaya hidup halal. Bila masyarakat telah memiliki kesadaran yang tinggi untuk membeli setiap produk yang sudah berlogo halal. Maka potensi yang sangat besar tersebut bisa terealisasi untuk mendorong pertumbuhan industri halal di Indonesia.

Perkembangan teknologi digital salah satunya melahirkan media sosial di antara fungsinya sebagai sarana interaksi masyarakat dan penyebaran informasi di dunia digital. Media sosial memiliki peran yang sangat strategis karena memiliki pengaruh yang kuat di masyarakat. Peran strategis tersebut menjadi peluang yang efektif untuk mendorong kesadaran masyarakat dengan melakukan sosialisasi terkait pentingnya literasi halal. Sosialisasi tersebut bisa dilakukan oleh siapa saja baik itu *influencer*, tokoh publik maupun

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

masyarakat secara luas untuk membagikan informasi-informasi positif seputar industri halal.<sup>8</sup>

Tingkat literasi halal di kalangan konsumen UMKM di Kota Pekanbaru dapat diketahui dengan menggunakan tiga indikator literasi halal:

(a) pengetahuan tentang hukum halal; (b) pengetahuan tentang perbedaan makanan dan minuman yang dihalalkan atau diharamkan dalam Islam; dan (c) pemahaman akan pentingnya mengkonsumsi produk halal. Survei dilakukan terhadap 30 responden yang berbelanja di gerai UMKM. Dari hasil survei awal ini ditemukan bahwa 18 dari 30 responden (60%) memiliki pemahaman yang baik terkait literasi halal. Mereka menyatakan bahwa label halal menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian. Responden ini memiliki kesadaran tinggi terhadap produk berlabel halal dan cenderung memilih produk yang telah tersertifikasi halal sebagai bentuk kepatuhan terhadap ajaran agama dan jaminan keamanan produk.<sup>9</sup>

Sementara itu, 12 responden (40%) lainnya tidak terlalu memperhatikan literasi halal dalam keputusan pembelian. Mereka tidak memprioritaskan produk yang berlabel halal, dengan alasan bahwa mereka beranggapan produk yang dijual di gerai UMKM sudah pasti halal tanpa perlu melihat label. Hal ini menunjukkan adanya persepsi bahwa produk yang ditawarkan di pasar lokal atau gerai UMKM secara otomatis halal karena lingkungan yang mayoritas Muslim. Perbedaan pemahaman ini mengindikasikan adanya celah dalam pengetahuan konsumen terkait

<sup>8</sup> Islamic Economy Bulletin, hlm. 6-7.

<sup>9</sup> Wawancara dengan konsumen di Riau Garden, 18 September 2024

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pentingnya label halal sebagai bentuk kepastian dari lembaga resmi. Banyak konsumen yang masih bergantung pada asumsi bahwa produk yang mereka konsumsi sudah memenuhi syarat kehalalan tanpa perlu adanya label halal.<sup>10</sup>

Riau Garden sebagai salah satu zona kuliner yang menawarkan berbagai produk UMKM, memiliki potensi besar untuk menarik perhatian konsumen dengan menekankan pada aspek halal, aman, dan sehat. Namun, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bahwa Riau Garden merupakan zona kuliner yang memenuhi kriteria tersebut. Promosi yang efektif menjadi kunci untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan konsumen mengenai produk yang ditawarkan. Melalui strategi promosi yang tepat, informasi mengenai kehalalan, keamanan, dan kesehatan produk dapat disampaikan dengan jelas kepada konsumen. Hal ini penting karena kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM sangat dipengaruhi oleh seberapa baik informasi yang mereka terima.<sup>11</sup>

Kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM di zona kuliner KHAS dapat dipengaruhi oleh pengetahuan yang mereka miliki tentang label halal dan literasi halal. Label halal berfungsi sebagai atribut produk yang memberikan manfaat dalam memastikan kehalalan suatu produk, sementara literasi halal mencerminkan pemahaman konsumen mengenai pentingnya aspek halal dalam proses konsumsi. Dengan meningkatnya pengetahuan konsumen terkait literasi halal, mereka lebih mampu menarik kesimpulan tentang produk yang mereka konsumsi, yang pada akhirnya memperkuat

<sup>10</sup> Wawancara dengan konsumen di Riau Garden, 18 September 2024

<sup>11</sup> Aip Nuralim, et.al., "Marketing Strategy Through Halal Product Advertisements On Social Media" *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, Volume 6., No. 1., (2024), hlm. 39-49



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kepercayaan mereka. Hal ini sesuai dengan definisi Mowen dan Minor, di mana konsumen membentuk kepercayaan berdasarkan informasi dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, keberadaan label halal dan literasi halal menjadi faktor penting dalam membentuk kepercayaan konsumen.

Penelitian sebelumnya mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi Kepercayaan Konsumen diantaranya termasuk kualitas produk, citra merek, persepsi risiko, dan nilai religius yang dianut oleh konsumen (Alnamira, et.al 2024) bahwa Konsumen cenderung lebih mempercayai produk dari merek yang memiliki reputasi baik dan memberikan layanan yang memadai. Oleh karena itu, selain memastikan kepatuhan terhadap standar halal, UMKM juga perlu fokus pada pengembangan citra merek yang positif dan memberikan pengalaman yang memuaskan kepada konsumen. Dengan demikian, faktor-faktor ini menjadi elemen penting yang harus diperhatikan oleh UMKM untuk memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.<sup>12</sup>

Faktor-faktor seperti kualitas produk, citra merek, dan pengaruh sosial, termasuk rekomendasi dan ulasan media sosial, semakin meningkatkan kepercayaan konsumen. Meskipun studi ini tidak secara khusus membahas literasi halal dan promosi di Pekanbaru, ini menunjukkan bahwa elemen-elemen ini secara kolektif dapat berkontribusi pada persepsi keamanan dan

<sup>12</sup> Alnamira "Faktor-faktor yang memengaruhi Kepercayaan Konsumen terhadap Produk UMKM berlabel Halal" Jurnal Manajemen dan Administrasi bisnis, Volume 2., No. 1., (2024), hlm.48-54

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

kualitas dalam penawaran kuliner halal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan industri makanan halal, khususnya di Kota Pekanbaru, dengan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk halal juga dapat memberikan dampak positif bagi kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, karena konsumen akan lebih memilih produk yang telah terjamin kehalalannya. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki implikasi yang luas, tidak hanya bagi industri makanan halal di Kota Pekanbaru, tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan.<sup>13</sup>

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Label Halal, Literasi Halal dan promosi terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Mengkonsumsi Produk Umkm Pada Zona Kuliner Halal Aman Dan Sehat (KHAS) Di Kota Pekanbaru.

## B. Permasalahan Penelitian

### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dapat diketahui beberapa identifikasi masalah sebagai berikut:

- a) Kepercayaan Konsumen dalam mengkonsumsi produk UMKM pada Zona KHAS belum jelas
- b) Kepedulian konsumen terhadap label halal masih rendah
- c) Literasi syariah yang dimiliki konsumen masih rendah

---

<sup>13</sup> *Ibid.*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d) Promosi yang dilakukan masih rendah

**2. Pembatasan Masalah**

Agar Penelitian ini lebih terarah dan fokus maka penulis menetapkan batasan masalah dimana penelitian ini hanya ditujukan untuk lokasi yang ditetapkan Pemerintah Provinsi Riau sebagai Zona KHAS pertama di Pekanbaru dan survei dilakukan pada bulan September-Desember 2024.

**3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Pemaparan dalam latar belakang, penulis merangkum rumusan masalah sebagai berikut:

- a) Apakah Label halal berpengaruh secara Parsial terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengkonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal Aman dan Sehat (KHAS) Di Kota Pekanbaru?
- b) Apakah Literasi Halal berpengaruh secara Parsial terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengkonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal Aman dan Sehat (KHAS) Di Kota Pekanbaru?
- c) Apakah Promosi berpengaruh secara Parsial terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengkonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal Aman dan Sehat (KHAS) Di Kota Pekanbaru?
- d) Apakah Label halal, Literasi Halal, dan Promosi berpengaruh secara Simultan terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengkonsumsi



Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal Aman dan Sehat (KHAS)  
Di Kota Pekanbaru?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan pengaruh Label Halal secara parsial terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengkonsumsi Produk UMKM Pada Zona Kuliner Halal Aman dan Sehat (KHAS) Di Kota Pekanbaru
2. Untuk menjelaskan pengaruh Literasi Halal secara parsial terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengkonsumsi Produk UMKM Pada Zona Kuliner Halal Aman dan Sehat (KHAS) Di Kota Pekanbaru
3. Untuk menjelaskan pengaruh Promosi secara parsial terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengkonsumsi Produk UMKM Pada Zona Kuliner Halal Aman dan Sehat (KHAS) Di Kota Pekanbaru
4. Untuk Menjelaskan pengaruh Label halal , Literasi Halal, dan Promosi secara simultan terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengkonsumsi Produk UMKM Pada Zona Kuliner Halal Aman dan Sehat (KHAS) Di Kota Pekanbaru

### D. Manfaat Penelitian

Adapun anfaan penelitian dari penelitian ini dapat dibagi sebagai berikut:

- a. Manfaat Secara Teoritis

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran dan pengetahuan bagi pelaku usaha dan akademis yang bermanfaat bagi

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkembangnya ilmu ekonomi baik secara umum maupun secara Islam.

2. Dapat memberikan pemahaman bagi penulis maupun pembaca mengenai pentingnya label halal, literasi halal, dan promosi
3. Dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian sejenis dan juga sebagai bahan informasi ilmiah.

b. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Penulis

Memberikan pengetahuan tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM, serta pentingnya label halal, literasi dan promosi pada suatu produk

b. Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka melalui penerapan label halal dan peningkatan literasi halal.

c. Bagi Pembaca

Untuk memberikan pemahaman kepada pembaca tentang produk halal dan meningkatkan kepercayaan konsumen tentang produk halal.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kepercayaan Konsumen

##### 1. Pengertian Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Konsumen akan mengungkapkan kepercayaan terhadap berbagai atribut yang dimiliki suatu merek dan produk yang dievaluasinya. Kepercayaan tersebut sering disebut sebagai object-attribute linkages, yaitu kepercayaan konsumen tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah objek dengan atributnya yang relevan.<sup>14</sup>

Menurut Mowen dan Minor, kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki oleh objek.<sup>15</sup>

Sedangkan menurut Husein atribut adalah sebuah fitur produk dimana konsumen membentuk kepercayaan.<sup>16</sup> Dua kelas atribut yang luas telah diidentifikasi yaitu : a) Atribut Intrinsik adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan sifat aktual produk; b) Atribut Eksternal adalah segala sesuatu yang diperoleh dari aspek eksternal produk, seperti nama

<sup>14</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 178.

<sup>15</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga, 2002),

hlm. 312.

<sup>16</sup> Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa* (Bogor: Ghalia Indosia, 2003), hlm. 13



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merek, kemasan, dan label. Akhirnya, manfaat adalah hasil positif yang diberikan atribut kepada konsumen.

## 2. Jenis Kepercayaan

Menurut Mowen dan Minor terdapat tiga jenis kepercayaan, yaitu:<sup>17</sup>

### a) Kepercayaan atribut produk

Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki sebuah atribut khusus yang disebut kepercayaan atribut objek. Kepercayaan atribut objek menghubungkan sebuah atribut dengan objek, seperti seseorang, barang atau jasa. Melalui kepercayaan atribut objek, konsumen menyatakan apa yang diketahui tentang sesuatu dalam hal variasi atributnya.

### b) Kepercayaan manfaat atribut

Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dan memenuhi kebutuhannya dengan kata lain memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal. Hubungan antara atribut dan manfaat ini menggambarkan persepsi konsumen tentang seberapa jauh sebuah atribut tertentu menghasilkan, atau memberikan, manfaat tertentu.

### c) Kepercayaan manfaat objek

Jenis kepercayaan ini dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan manfaat objek merupakan persepsi

---

<sup>17</sup> Nurul Widyawati, "Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan", *Jurnal Ekitas*, Volume 12., (2008), hlm. 79.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen tentang seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu.

### 3. Komponen Kepercayaan

- a) *Brand reliability* bersumber dari keyakinan konsumen bahwa produk tersebut mampu memenuhi nilai yang dijanjikan. Dengan kata lain, konsumen yakin bahwa merek yang bersangkutan mampu memenuhi dan memberikan kepuasan bagi mereka.
- b) *Brand intention* didasarkan pada keyakinan konsumen bahwa brand tersebut mampu mempertahankan kepentingan konsumen ketika masalah dalam konsumsi produk muncul secara tidak terduga.<sup>18</sup>

Selain komponen kepercayaan yang sudah disampaikan sebelumnya, ada 2 komponen pendukung yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam mengkonsumsi produk UMKM, diantaranya:

#### 1. Pelayanan

Pelayanan berasal dari kata layanan yang artinya kegiatan yang memberikan manfaat kepada orang lain. Layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Ferrinadewi, "Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian, *Jurnal Ekonomi* Volume 17., No.1 (2005), hlm. 4

<sup>19</sup> Hermansah, *Meningkatkan Kualitas Layanan Publik di Pelabuhan: Peran Responsivitas dan Kemampuan Pelayanan Pegawai*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2013), hlm. 12.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Esensi pelayanan adalah suatu proses yang terdiri dari serangkaian tindakan, interaksi, aktifitas penting untuk menyampaikan jasa kepada pelanggan dimana dalam penyampaian ini terdapat tujuan menghasilkan keuntungan. Bagaimana gara-gara yang tepat untuk menyampaikan jasa kepada pelanggan. Oleh karena itu, sebuah pelayanan dapat dilihat sebagai outcome yang diterima oleh pelanggan.<sup>20</sup>

Terdapat lima indikator dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu:<sup>21</sup>

- a. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
- b. Empati (*Empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pengunjung. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai konsumen. Jika konsumen mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian yang diberikan para karyawan dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.

<sup>20</sup> Lely Indah Mindarti, *Manajemen Pelayanan Publik (menuju tata kelola yang baik*, (Malang: UB Pres, 2016), hlm. 2.

<sup>21</sup> Abdul Mukti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kirani Coffe", *Jurnal Bina Manajemen*, Volume 10., No. 1., (2021), hlm. 232-233.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen. Dengan cara keinginan para karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar, kesigapan para karyawan untuk ramah pada setiap konsumen, kesigapan para karyawan untuk bekerja sama dengan konsumen.
- d. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh dalam hal ini antara lain, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang terbaik, kemampuan karyawan dalam menangani kebutuhan konsumen dengan cepat dan benar, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.<sup>22</sup>
- e. Kepastian (*Assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Contoh dalam hal ini antara lain, pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam menjalankan tugasnya, karyawan dapat diandalkan, karyawan

---

<sup>22</sup> *Ibid.*

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen, karyawan memiliki keahlian teknis yang baik.

#### 2. Fasilitas

Fasilitas termasuk dalam variabel penentu keputusan pembelian. Fasilitas merupakan suatu wujud sisi fisik yang ditonjolkan dalam model pengelolaan pasar. Fasilitas yang memadai dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen dalam melakukan pembelian.<sup>23</sup>

Menurut Kathy dan Payant bahwa pengembang/developer lebih mementingkan Keuntungan tetapi juga tidak mengurangi nilai suatu produk. Sektor departemen swasta menempatkan penekanan besar fasilitas pada desain, mungkin karena manajer mereka memahami bahwa mereka dapat meningkatkan produktivitas melalui desain fasilitas yang lebih baik. Mungkin pembenaran ekonomi untuk perubahan tersebut memiliki pengaruh yang lebih dalam lingkungan yang dikendalikan oleh profitabilitas dari pada anggaran.<sup>24</sup>

Terdapat enam Indikator fasilitas, yaitu :<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Agus Wahyudi Salasa Gama, "Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian" (Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati), Volume 11. No.1. 28. (2016), hlm. 24.

<sup>24</sup> Inka Amalia dan Imelda Aprileny, "Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi Pada PT. Kentanix Supra Internasional)", *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, (202), hlm. 6-7.

<sup>25</sup> *Ibid.*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pertimbangan / perencanaan spasial

Aspek-aspek proporsi, tekstur, warna dan lain-lain yang dipertimbangkan, dikombinasi dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang melihatnya.

- b. Perencanaan ruangan

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

- c. Perlengkapan / perabotan

Perlengkapan / perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan.

- d. Tata cahaya dan warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.

- e. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

Aspek yang penting dan saling berkaitan dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik,



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu. Seperti foto, gambar berwarna, poster, petunjuk peringatan atau papan informasi (yang ditempatkan pada lokasi/ tempat untuk konsumen).

## f. Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti : tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

**B. Label halal****1. Pengertian Label halal**

Label merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Menurut Kotler dan Armstrong label adalah merek sebagai nama, istilah, tanda, lambang, atau desain atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka para pesaing. Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Globalisasi halal dikeluarkan oleh badan BPOM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikasi halal. Sertifikasi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

halal MUI dikeluarkan oleh MUI Berdasarkan hasil pemeriksaan LPPOM MUI terhadap produk yang bersangkutan.<sup>26</sup>

Label halal adalah proses untuk mendapatkan sertifikat halal dengan melalui beberapa tahapan pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan (LPPOM MUI 2008). Sertifikasi dilakukan dengan melakukan serangkaian pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor yang kompeten dibidangnya untuk kemudian ditetapkan status kehalalannya sehingga tercipta suatu fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan produk dalam bentuk sertifikat halal. Sertifikat halal berlaku selama kurun waktu empat tahun. Kemudian bisa dilakukan perpanjangan. Perusahaan harus memberikan jaminan halal dengan selalu menjaga konsistensi kehalalan produk.<sup>27</sup>

Kotler dan Keller mengatakan bahwa label mempunyai manfaat sebagai berikut:<sup>28</sup>

1. Pengenal, yaitu label sebagai identitas pengenal produk.
2. Pemeringkat, yaitu label dapat menunjukkan kelas produk.

<sup>26</sup> Nur Kholidah dan Muhammad Arifiyanto, "Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal", *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, Volume 7., No. 1., (2021)

<sup>27</sup> Hayyun Durotul Faridah, Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi, *Journal of Halal Product and Research*, Volume 2., No. 2., (2019), hlm. 72.

<sup>28</sup> Afriyadi, Mulia Sosiady, dan Nurnasrina "Pengaruh Label Halal, Harga, dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Melalui Religiusitas sebagai Variabel Intervening pada Produk HPAI di kecamatan Bengkalis" *Jurnal Rumpun Ilmu Ekonomi*, Volume 2., No. 2., (2024), hlm. 133

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Penjelas, yaitu label berfungsi untuk menjelaskan tentang produsen, lokasi produksi, waktu produksi, komposisi produk, dan cara penggunaan produk.
4. Promosi, yaitu melalui grafis yang menarik.

Standar halal MUI dan auditor halal LPPOM MUI telah menjadikan pedoman di Indonesia dan menjadi rujukan pada 43 lembaga label halal luar negeri di 23 negara. Setidaknya, ada delapan jenis informasi yang dapat diketahui dari label kemasan produk pangan, yaitu label halal, nama produk, kandungan isi, waktu kadaluwarsa, kuantitas isi, identifikasi asal produk, informasi gizi, dan tanda-tanda kualitas lainnya. Pada setiap kemasan, nama produk pada labelnya merupakan informasi utama yang memungkinkan konsumen dapat mengidentifikasi jenis produk. Selain keterangan-keterangan tersebut, untuk pangan olahan tertentu, pelaku usaha harus mencantumkan keterangan lain berhubungan dengan kesehatan manusia pada label. Keterangan atau pernyataan tentang pangan yang dicantumkan dalam label harus benar dan tidak menyesatkan, baik mengenai tulisan, gambar, atau bentuk apapun lainnya.<sup>29</sup>

Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan

<sup>29</sup> Faizul Abrori, *Pariwisata Halal dan Peningkatan Kesejahteraan*, (Malang: Literasi Nusantara, 2020), hlm. 24

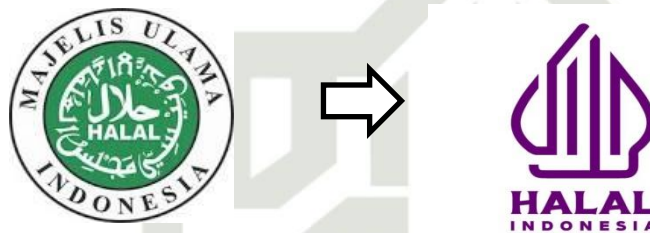


#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam label.<sup>30</sup> Peraturan perundangan lainnya yang mempertegas pentingnya pencantuman label halal, juga telah diatur dalam UU No. 18 Tahun 2012 tentang pangan, yang pada Bab VII tentang keamanan pangan, bagian kedelapan yang berjudul Jaminan Produk Halal bagi yang dipersyaratkan.<sup>31</sup>

Pemerintah tetapkan label halal Indonesia yang berlaku secara Nasional.



Label halal yang ditetapkan MUI masih dapat digunakan jangka waktu paling lama 5 tahun terhitung sejak PP No 39 tahun 2021 diundangkan Penggunaan Label Halal:<sup>32</sup>

1. Produk yang telah mendapat sertifikat halal dari BPJPH per 1 maret 2022, wajib bagi pelaku usaha mencantumkan label Halal Indonesia pada kemasan produk bersamaan dengan nomor sertifikat halal
2. Produk yang mendapat sertifikasi halal dari BPJPH sebelum 1 maret 2022, maka kewajiban pelaku usaha: jika belum membuat kemasan produk, langsung gunakan label Halal Indonesia. Jika sudah membuat kemasan produk, habiskan stok kemasan dan selanjutnya segera gunakan label halal Indonesia

<sup>30</sup> Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (pasal 8 ayat (1) huruf h)

<sup>31</sup> Undang-undang No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan (Bab VII, Bagian kedelapan)

<sup>32</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Alur Pendaftaran Label halal

Pemerintah saat ini telah menyiapkan dua skema label halal. *Pertama*, label halal melalui skema pernyataan pelaku usaha (*self declare*). Skema ini berlaku bila produk kamu memenuhi kriteria tidak berisiko atau menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya; serta memiliki proses produksi yang dipastikan kehalalannya dan sederhana. Proses verifikasi kehalalan produk melalui skema *self declare* dilakukan oleh Pendamping Proses Produk Halal (PPH). *Kedua*, label halal melalui skema reguler. Ini ditujukan bagi pelaku usaha yang memiliki produk yang masih perlu diuji kehalalan. Dalam skema ini, maka diperlukan keterlibatan auditor halal yang tergabung dalam Lembaga Pemeriksa Halal (LPH).<sup>33</sup>

### a. Alur sertifikasi Halal Reguler

- 1) Sebelum mendaftar, pastikan pelaku usaha memiliki email aktif dan NIB berbasis Risiko (jika belum, silahkan daftar atau migrasi NIN melalui <https://oss.go.id>
- 2) Pelaku usaha membuat akun, kemudian mengajukan permohonan sertifikasi halal dengan mengisi data dan mengunggah dokumen persyaratan melalui, [https://ptsp.halal.go.id/\(SIHALAL\)](https://ptsp.halal.go.id/(SIHALAL))
- 3) BPJPH memverifikasi kesesuaian data dan kelengkapan dokumen permohonan
- 4) LPH menghitung, menetapkan, dan mengisikan biaya pemeriksaan di SIHALAL

<sup>33</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, diakses <https://kemenag.go.id/pers-rilis/urus-sertifikasi-halal-lebih-mudah-dan-murah-ini-faktanya-RE7BP> pada 29 April 2024 pkl 23.00 wib.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) Pelaku usaha melakukan pembayaran dan mengunggah bukti bayar (format.pdf) di SIHALAL
  - 6) BPJPH melakukan verifikasi pembayaran dan menerbitkan STTD (Surat Tanda Terima Dokumen) di SIHALAL
  - 7) LPH melakukan proses pemeriksaan (audit) dan mengunggah laporan pemeriksaan SIHALAL
  - 8) Isi fatwa MUI melakukan sidang fatwa dan mengunggah ketetapan halal di SIHALAL
  - 9) BPJPH menerbitkan Sertifikasi Halal
  - 10) Pelaku usaha mengunduh sertifikasi halal di SIHALAL jika statusnya terbit dasar<sup>34</sup>
- b. Dokumen Persyaratan Sertifikasi Halal Reguler
- 1) Surat permohonan
  - 2) Formulir pendaftaran
  - 3) Aspek legal NIB
  - 4) Dokumen penyelia
  - 5) Daftar nama produk
  - 6) Daftar produk dan bahan yang digunakan
  - 7) Manual SUCH
  - 8) Izin edar atau SLHS (jika ada)
- c. Alur sertifikasi halal gratis (SEHATI)

<sup>34</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, diakses <https://kemenag.go.id/pers-rilis/urus-sertifikasi-halal-lebih-mudah-dan-murah-ini-faktanya-RE7BP> pada 29 April 2024 pkl 23.00 wib.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pelaku usaha perlu melakukan tahapan sebagai berikut: 1) Membuat akun melalui [ptsp.halal.go.id](https://ptsp.halal.go.id); 2) Mempersiapkan data permohonan sertifikasi halal dan memilih Pendamping Proses Produk Halal (PPH); 3) Melengkapi data permohonan bersama Pendamping PPH; 4) Mengajukan permohonan sertifikasi halal dengan pernyataan pelaku usaha melalui SIHALAL; 5) Pendampingan proses produk halal (PPH); 6) Pendampingan PPH melakukan verifikasi dan validasi atas pernyataan pelaku usaha (10 hari)

BPJPH: 1) BPJPH melakukan verifikasi dan validasi secara sistem terhadap laporan hasil pendamping proses produk halal; 2) Menerbitkan STTD (surat tanda terima dokumen); 3) Komite fatwa product halal menerima laporan hasil pendampingan proses produk halal yang telah terverifikasi secara sistem oleh bpjph dan melakukan sidang fatwa untuk menetapkan kehalalan produk (1 hari); 4) BPJPH menerima ketetapan kehalalan produk; 5) Menerbitkan sertifikat halal (1 hari).

Pelaku usaha: 1) Mengunduh sertifikasi halal melalui SIHALAL; 2) Mengunduh label Halal nasional untuk dicantumkan pada produk.

#### d. Dokumen Persyaratan sertifikasi halal Gratis (SEHATI)<sup>35</sup>

- 1) produk tidak berisiko atau menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya;
- 2) proses produksi yang dipastikan kehalalannya dan sederhana;

<sup>35</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, diakses <https://kemenag.go.id/pers-rilis/urus-sertifikasi-halal-lebih-mudah-dan-murah-ini-faktanya-RE7BP> pada 29 April 2024 pkl 23.00 wib.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB);
- 4) memiliki hasil penjualan tahunan (omset) maksimal Rp500 juta yang dibuktikan dengan pernyataan mandiri;
- 5) memiliki lokasi, tempat, dan alat Proses Produk Halal (PPH) yang terpisah dengan lokasi, tempat dan alat proses produk tidak halal;
- 6) memiliki atau tidak memiliki surat izin edar (PIRT/MD/UMOT/UKOT), Sertifikat Laik Higiene Sanitasi (SLHS) untuk produk makanan/minuman dengan daya simpan kurang dari 7 (tujuh) hari, atau izin industri lainnya atas produk yang dihasilkan dari dinas/instansi terkait;
- 7) produk yang dihasilkan berupa barang sebagaimana rincian jenis produk dalam lampiran keputusan ini;
- 8) bahan yang digunakan sudah dipastikan kehalalannya;
- 9) tidak menggunakan bahan berbahaya;
- 10) telah diverifikasi kehalalannya oleh pendamping proses produk halal;
- 11) jenis produk/kelompok produk yang disertifikasi halal tidak mengandung unsur hewan hasil sembelihan, kecuali berasal dari produsen atau rumah potong hewan/rumah potong unggas yang sudah bersertifikat halal;
- 12) menggunakan peralatan produksi dengan teknologi sederhana atau dilakukan secara manual dan/atau semi otomatis (usaha rumahan bukan usaha pabrik);

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 13) proses pengawetan produk sederhana dan tidak menggunakan kombinasi lebih dari satu metode pengawetan;
- 14) bersedia melengkapi dokumen pengajuan sertifikasi halal dengan mekanisme pernyataan mandiri secara online melalui SIHALAL

### C Literasi Halal

#### 1. Pengertian Literasi Halal

Literasi tidak hanya sekedar kemampuan seseorang dalam membaca dan menulis, tetapi telah berevolusi sesuai perkembangan zaman, yakni kemampuan seseorang dalam mengidentifikasi dan menginterpretasi kode atau simbol huruf (tulisan), angka, grafik, tampilan visual lainnya, bahkan praktik kultural yang mencakup dan berkaitan dengan berbagai persoalan manusia dan kemanusiaan. Terlebih lagi kini kata literasi makna rujukannya telah meluas dan semakin kompleks.<sup>36</sup>

Dengan kata lain, literasi juga bisa diartikan sebagai pengetahuan seseorang mengenai sesuatu hal. *Halal literacy was defined by Salehudin as the ability to differentiate halal and haram goods and services based on sharia (Islamic Law).* Salehudin mengatakan literasi halal adalah kemampuan membedakan barang dan jasa yang halal dan haram berdasarkan hukum Islam (syariah).<sup>37</sup> Suatu pengetahuan dan pemahaman bagi seseorang tentang suatu produk yang dikonsumsi. Halal atau

<sup>36</sup> Ibadullah Malawi, dkk, *Pembelajaran Literasi Berbasis Sastra dan Lokal*, (Jawa Timur: CV AE Medika Grafika, 2017), hlm. 8-10

<sup>37</sup> Imam Salehudin, "Halal Literacy: A Concept Exploration and Measurement Validation", *ASEAN Marketing Journal*, Volume 11., No. 1., (2010), hlm. 1



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

haramnya suatu produk tidak hanya melihat dari label halal saja, pemahaman produk bagi seseorang yang mengkonsumsinya juga penting.

Literasi halal menjadi kemampuan bagi konsumen yang akan menjadikan konsumen terlindungi dan terjamin secara Kesehatan dan finansial. Kemampuan ini berdasar atas kemampuan bagi seseorang dalam membedakan barang halal dan haram tergantung pada seberapa paham akan pengetahuan hukum islam itu sendiri.<sup>38</sup>

Secara bahasa, kata halal berasal dari bahasa Arab yang sudah diserap menjadi bahasa Indonesia. Halal berasal dari kata “halla” yang berarti diizinkan, dibolehkan atau tidak dilarang, dan lawan kata dari haram.<sup>39</sup> Al-qur'an mengisyaratkan, bahwa dalam mengonsumsi tidak hanya halal saja, namun juga harus thayyib. Hal ini terbukti dengan kata-kata halalan dalam beberapa ayat Al-Qur'an selalu diikuti dengan kata-kata thayyiban. Karena tidak semua makanan yang halal akan menjadi thayyib bagi konsumennya. Misalnya penderita penyakit diabetes, dalam kondisi sakit dengan kadar gula yang tinggi dalam tubuhnya namun tetap saja dia mengonsumsi gula. Hal ini tentu saja membahayakan kesehatan konsumen gula tersebut, walaupun gula tersebut halal untuk dikonsumsi namun tidak baik atau thayyib bagi konsumen tersebut.<sup>40</sup>

<sup>38</sup> Wicaksono, A. T., & Astutik, T. P. "Literasi Mahasiswa Program Studi Tadris Kimia Terhadap Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk". *EdHumanistics*. Volume 05., No 01., (2020), hlm. 667-673

<sup>39</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 110.

<sup>40</sup> Dharu Triasih, B.Rini Heryanti, Doddy Kridasaksana, “Kajian tentang Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal”, *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, Volume 18., No. 2., (2016), hlm. 216.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Produk halal yang termaktub dalam pasal 2 UU No.33 Tahun 2014 didefinisikan barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam,<sup>41</sup>

Perintah untuk mengonsumsi produk halal, antara lain:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ  
Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.* (Al-baqarah ayat 172)

Sebagaimana kita ketahui bahwa tingkat literasi masyarakat masih rendah mengenai hukum halal. Mereka mengetahui halal atau haramnya suatu produk hanyalah dari kemasan yang terdapat label halalnya saja. Apalagi pada zaman sekarang ini begitu menjamur produk yang tidak menggunakan label halal. Melihat kondisi tersebut, beberapa pelaku UMKM yang melakukan perubahan dengan mengurus proses sertifikasi halal untuk produknya, sehingga menambah kepercayaan masyarakat untuk melakukan pembelian, yang tentu saja berpengaruh terhadap omset penjualan produk.<sup>42</sup>

<sup>41</sup> Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

<sup>42</sup> Siti Indah Purwaning Yamana dan Hikmatul Hasanah, "Literasi Produk Bersertifikasi Halal dalam Rangka Meningkatkan Penjualan pada UMKM", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani* (JUMP) Volume 1., No. 2., (2021), hlm. 105

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau D. Promosi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, promosi adalah pengenalan dalam rangka memajukan usaha dagang. Dengan demikian fungsi promosi adalah untuk memprospek seseorang agar dapat menjadi konsumen untuk produk yang diciptakan sehingga dapat mendorong dikenalnya produk melalui saluran distribusi yang dipilih dengan cara menciptakan produk dengan merek yang mudah dikenal oleh penyalur maupun konsumen di berbagai tempat sepanjang saluran distribusi dan rangkaian pembelian.<sup>43</sup>

Promosi merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Dengan adanya promosi maka konsumen teredukasi suatu produk secara detil mulai dari kelebihan dan kekurangan, harga dan keuntungan jika membeli barang tersebut. Semakin banyak masyarakat teredukasi produk halal maka semakin banyak potensi konsumen yang membeli produk halal, dan tentu berimbas kepada profit dari pengusaha produk halal. Di dalam buku Oesman, Kotler & Keller, Zeithaml, Bitner & Gremler mengemukakan bahwa konsep bauran pemasaran tradisional terdiri dari 4P, yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Namun berkenaan dengan bauran pemasaran jasa menurut Seiring dengan pendapat diatas Zeithaml, Bitner & Gremler, Lovelock & Wirtz perlu menambahkan unsur orang (people), proses (process) dan bukti fisik (physical evidence). Konsep pemasaran promosi diantaranya: advertising, personal selling, sales

<sup>43</sup> Mita Sari Tolan, "Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)" Volume 2., No. 5., (2021), hlm. 361.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

promotion, merchandising, public relations and publicity dengan definisi sebagai berikut:

- a) *Advertising* (Periklanan): menyampaikan informasi produk melewati berbagai macam media
- b) *Personal Selling*: Penjelasan secara langsung kepada calon pembeli
- c) *Sales Promotion*: Keinginan menawarkan secara insentif agar calon pembeli segera mengambil keputusan untuk membeli produk.
- d) *Merchandising*: kesediaan stock untuk melayani pembelian sewaktu-waktu.
- e) *Public Relation*: kegiatan menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat agar perusahaan atau produk memiliki image yang baik.
- f) *Publicity* (publisitas): pemuatan berita tentang produk pada penerbitan majalah atau koran, radio, atau televisi

Promosi sendiri memiliki beberapa tujuan memodifikasi tingkah laku, memberitahu dan membujuk calon konsumen atas barang yang sedang di promosikan.<sup>44</sup> Dengan kegiatan interaksi tersebut harapannya bahwa barang yang di promosikan dibeli oleh konsumen sesuai dengan harga yang ditawarkan. Menurut Abuznaid etika promosi yang dilakukan dalam islam yakni tidak diperbolehkannya melakukan pelecehan terhadap suku, agama dan ras, eksploitasi perempuan dalam iklan, penggunaan fantasi yang

<sup>44</sup> Mochamad Novi Rifa'i "Promosi Makanan Halal di Kota Taipei, Taiwan" *FALAH Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 3., No.1., (2018), hlm. 115.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

berlebihan dan penggunaan perempuan sebagai pemikat dan menarik pelanggan.<sup>45</sup>

Semua orang yang melakukan promosi pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai. Mengacu pada pengertian promosi di atas, berikut ini adalah beberapa tujuan promosi pada umumnya:

- a. Untuk menyebarluaskan informasi
- b. Untuk menjangkau dan mendapatkan konsumen
- c. Untuk membantu meningkatkan angka penjualan
- d. Untuk membantu mengangkat keunggulan
- e. Untuk branding atau menciptakan citra suatu produk
- f. Untuk mempengaruhi pendapat dan perilaku konsumen

Promosi adalah arus informasi atau persuasi searah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk mendorong permintaan. Terdapat beberapa aktivitas bauran promosi diantaranya:<sup>46</sup>

- a. *Advertising*, yaitu suatu kegiatan yang dilakukan melalui berbagai media kepada masyarakat luas dan bertujuan membuat calon konsumen menggunakan barang atau jasa yang diiklankan. Dalam periklanan terdapat instrumen pendukung yaitu celebrity endorser yang didefinisikan

<sup>45</sup> Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah, Teori, Filosofi, dan Isu kontemporer* (Depok: Rajawali Press, 2017), hlm. 168

<sup>46</sup> Dea Putri Njoto dan Krismi Budi Sienatra "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok", *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 3., No. 5., (2018), hlm. 613-614

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai individu yang terkenal oleh publik atas prestasinya selain daripada produk yang didukungnya.

- b. *Sales Promotion*, yaitu metode promosi dengan menggunakan alat peraga dan promo khusus agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan. Tujuan sales promotion ini adalah untuk menarik para pembeli baru, memberikan hadiah atau penghargaan kepada para konsumen atau pelanggan lama, dan meningkatkan volume penjualan dalam rangka memperluas pasar. Terdapat 2 indikator sales promotion, yaitu diskon dan coba gratis.
- c. *Personal Selling*, yaitu bentuk penjualan yang dilakukan langsung dengan bertatap muka dengan konsumen untuk memperkenalkan suatu produk. Personal selling melibatkan komunikasi dua arah yang lebih pribadi antara tenaga penjual dengan pelanggan perorangan dan wujudnya bisa berupa tatap muka, pembicaraan lewat telepon, konferensi video, dan lainlain. Terdapat 4 indikator personal selling, yaitu performa tenaga penjual, penyampaian informasi kepada konsumen, keakraban tenaga penjual dengan konsumen, dan kecepatan tanggap personal.<sup>47</sup>

#### UMKM

##### 1. Pengertian UMKM

UMKM adalah bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta

<sup>47</sup> Ibid.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang.<sup>48</sup> Menurut Rujito UMKM adalah salah satu jenis usaha yang memberikan banyak pengaruh terhadap perekonomian Indonesia, baik dari sisi jumlah usaha yang terbentuk maupun dari sisi jumlah lapangan pekerjaan yang tercipta. Menurut Ina Primiana, UMKM merupakan pengembangan 4 aspek kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan Indonesia (industri manufaktur, Agribisnis, sumber daya manusia, serta bisnis kelautan). Dan menurut Kwartono, UMKM adalah jenis usaha rakyat yang jumlah kekayaan bersihnya tidak lebih dari 200 jt namun tanah dan bangunan tidak dihitung.<sup>49</sup>

UMKM merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah adalah suatu usaha atau bisnis yang dilakukan secara individu, kelompok, badan usaha kecil atau bahkan usaha jadi usaha rumah tangga. Perkembangan dan Keberadaan UMKM di Indonesia sangat diperhitungkan, karena memberi kontribusi cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi segala global. Pada dasarnya, penggolongan UMKM dilakukan dengan batasan omset per tahun, jumlah kekayaan atau aset jumlah karyawan yang dipekerjakan. Sedangkan usaha besar tidak termasuk sebagai UMKM. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah. Usaha besar meliputi usaha nasional milik negara atau swasta,

<sup>48</sup> Hamdani, *Mengenal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) lebih dekat*, (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), hlm. 1

<sup>49</sup> Siti Anugrahini Irawati, *Ekonomi Kreatif dan UMKM Kuliner pendongkrak Ekonomi Rakyat*, (Malang: Media Nusantara Creative, 2023), hlm. 25-26.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

usaha patungan dan Usaha asing yang biasanya melakukan suatu kegiatan ekonomi di Indonesia.<sup>50</sup>

UMKM adalah jenis usaha kecil milik rakyat yang memiliki batas tertentu Dalam kepemilikan kekayaan. Jenis usaha ini sedang gencar disosialisasikan karena memberikan banyak kontribusi bagi perekonomian. Namun, masih banyak masyarakat yang belum memahami seluk beluk pendirian UMKM.

- a) Undang-undang di Indonesia ( undang-undang nomor 20 tahun 2008) UMKM adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, berbentuk badan usaha perorangan, badan usaha patungan, badan usaha keluarga, badan usaha tidak berbadan hukum atau koperasi, termasuk koperasi primer dan bentuk usaha lainnya.
- b) BPS, UMKM adalah usaha yang memiliki jumlah pekerja atau bekerja 1-99 orang
- c) *International Labour Organization* (ILO), UMKM adalah usaha memperkerjakan di bawah 250 orang
- d) Bank Dunia, UMKM adalah usaha yang memiliki 1 sampai 300 karyawan
- e) Organisasi Koperasi Internasional (ICA) UMKM adalah usaha yang memiliki hingga 10 anggota
- f) *European Commission*, UMKM adalah usaha yang memiliki kurang dari 250 pekerja

---

<sup>50</sup> Ibid.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- g) *United Nations Industrial Development Organization* (UNIDO), UMKM adalah usaha yang mempekerjakan kurang dari 250 orang dan memiliki pendapatan atau nilai aset tahunan yang lebih rendah dari jumlah tertentu
- h) Organisasi untuk kerja sama dan Pembangunan Ekonomi (OECD), UMKM adalah usaha yang mempekerjakan kurang dari 250 orang dan memiliki pendapatan atau nilainya aset tahunan yang lebih rendah dari jumlah tertentu.
- i) Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, UMKM adalah usaha yang memiliki tingkat omset penjualan tahunan tertentu berdasarkan sektor dan lokasi usaha<sup>51</sup>

Banyak pengertian atau definisi tentang usaha kecil dan menengah.

Pengertian usaha kecil dan menengah beserta kriterianya sangat beragam. Keseragaman ini lebih disebabkan oleh pendefinisian pihak-pihak atau lembaga pemerintah yang merumuskan kebijakan pengembangan usaha kecil dan menengah. Dalam prakteknya antar departemen dan badan pemerintah mempunyai kriteria sendiri-sendiri yang berbeda dalam mendefinisikan usaha kecil dan menengah. Perbedaan tersebut terlihat misalnya pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) dan Badan Pusat Statistik (BPS). Disperindag mengukur industri kecil dan menengah berdasarkan nilai investasi awal. Sedangkan Badan Statistik mendefinisikan usaha kecil adalah unit usaha dengan jumlah tenaga kerja

---

<sup>51</sup> *Ibid.*



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5-10 orang sedangkan usaha menengah adalah unit usaha dengan jumlah tenaga kerja 20-99 orang.<sup>52</sup>

Sementara itu dinas Perindustrian dan Perdagangan mendefinisikan usaha kecil dan menengah berdasarkan nilai asetnya yaitu usaha kecil adalah usaha yang mempunyai nilai investasi perusahaan sampai dengan 200 juta rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan usaha menengah adalah usaha dengan nilai investasi perusahaan seluruhnya adalah 200 juta sampai 5 milyar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan) berdasarkan surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 590/MPP/KEP/10/1999.

#### 2. Azas UMKM

Azas-azas atau prinsip-prinsip yang menjadi landasan bagi usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) mencakup serangkaian nilai dan pedoman yang membimbing operasional, pengembangan, dan keberhasilan UMKM.

- a) Pemberdayaan ekonomi dan sosial, mendorong pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat melalui partisipasi aktif dalam dunia usaha, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi kesenjangan sosial.
- b) Keterjangkauan dan Aksesibilitas, memastikan bahwa UMKM dapat dijangkau dan diakses oleh berbagai kalangan masyarakat, termasuk yang memiliki keterbatasan akses sumber daya, agar inklusi ekonomi dapat terwujud.

<sup>52</sup> Hamdani, *op.cit.*, hlm. 8-9

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c) Inklusi Keuangan, Memastikan akses UMKM terhadap layanan keuangan yang mencakup pinjaman, kredit, asuransi, dan instrumen keuangan lainnya untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan bisnis.
- d) Inovasi dan Kreativitas, mendorong inovasi, kreativitas, dan adaptabilitas dalam menjawab perubahan pasar, teknologi, dan kebutuhan konsumen guna memperthankan daya saing dan relevansi bisnis.
- e) Ketahanan terhadap Perubahan, mengembangkan ketahanan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan eksternal dan internal yang cepat, termasuk kondisi ekonomi, teknologi, dan regulasi
- f) Kolaborasi dan kemitraan, mendorong kolaborasi antar UMKM, sektor swasta, pemerintah, dan lembaga terkait untuk memaksimalkan potensi, meningkatkan daya saing, dan memperluas pasar.
- g) Kesadaran Lingkungan dan Sosial, memiliki kesadaran dan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat, serta menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan
- h) Pengembangan keterampilan dan kapasitas, mendorong pengembangan keterampilan, peningkatan pengetahuan dan penguatan kapasitas pengusaha UMKM untuk meningkatkan efektivitas dan daya saing

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- i) Kepatuhan hukum dan etika, memastikan kepatuhan pada hukum, regulasi, dan standar etika bisnis, sehingga menciptakan lingkungan bisnis yang adil, transparan dan terpercaya.
- j) Kepuasan pelanggan dan mutu produk atau layanan, memastikan pelayanan dan produk berkualitas, serta fokus pada kepuasan pelanggan untuk membangun hubungan jangka panjang dan reputasi positif.
- k) Pemerintah dan kesetaraan, mendorong kesetaraan kesempatan dan pemerataan manfaat ekonomi yang timbul dari keberhasilan UMKM, termasuk memperhatikan aspek gender dan akses bagi semua golongan.<sup>53</sup>

### 3. Kekuatan dan kelemahan, tantangan dan peluang UMKM.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kekuatan dan kelemahan masing-masing yang perlu dipertimbangkan dalam konteks operasional, pengembangan dan pertumbuhan bisnis.<sup>54</sup>

**Tabel 2.1**  
**Kekuatan dan kelemahan, tantangan dan peluang UMKM**

Kekuatan	Kelemahan
1) Fleksibilitas dan adaptabilitas	1) Keterbatasan sumber daya finansial
2) Kreativitas dan Inovasi	2) Ketergantungan pada pemilik
3) Keterlibatan Pemilik	3) Keterbatasan teknologi
4) Pelayanan Pelanggan yang Personal	4) Persaingan yang sengit
5) Koneksi Lokal dan Komunitas	5) Keterbatasan tenaga kerja
6) Biaya Operasional Rendah	6) Risiko bisnis yang tinggi

<sup>53</sup> Siti Anugrahini Irawati, *op.cit.*, hlm. 29-30

<sup>54</sup> *Ibid.*, hlm. 37-41



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7) Kemitraan dan Kolaborasi	
Tantangan	Peluang
1) Akses terhadap modal dan pembiayaan	1) Pemanfaatan teknologi digital
2) Keterbatasan teknologi dan inovasi	2) Kemitraan dan kolaborasi
3) Persaingan yang ketat	3) Pengembangan produk dan diversifikasi
4) Manajemen yang kurang efisien	4) Akses ke pembiayaan alternatif
5) Peraturan dan birokrasi yang rumit	5) Peningkatan kualitas dan keamanan produk
6) Ketergantungan pada pemilik	6) Pembesaran kreatif dan jaringan sosial
7) Perbatasan akses ke pasar internasional	7) Ekspor dan pasar internasional

Sumber: Siti Anugrahini Irawati, 2023

Usaha kecil memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan usaha besar antara lain:<sup>55</sup>

- a) Inovasi dengan teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk
- b) Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil
- c) Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapan terhadap tenaga kerja
- d) Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan skala besar yang pada umumnya biokratis
- e) Terdapatnya dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan

<sup>55</sup> Hamdani, op.cit., hlm. 7-8

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di samping memiliki beberapa keunggulan, usaha kecil juga mempunyai kekuatan antara lain:<sup>56</sup>

- a) Usaha kecil padat karya, karena upah nominal tenaga kerja khususnya dari kelompok berpendidikan rendah di Indonesia masih murah
- b) Usaha kecil masih lebih banyak membuat produk-produk sederhana yang tidak terlalu membutuhkan pendidikan formal yang tinggi
- c) Pengusaha kecil banyak menggantungkan diri pada uang sendiri untuk modal kerja dan investasi, walaupun banyak juga yang memakai fasilitas kredit khusus dari Pemerintah.

Menurut Sumarsono ada beberapa alasan yang mendukung pentingnya pengembangan industri mikro, kecil antara lain:

- a) Potensinya terhadap penciptaan dan perluasan tenaga kerja bagi pengangguran
- b) Untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar untuk mewujudkan keahlian (skill) yang dimiliki oleh masyarakat.

#### 4. Kriteria UMKM

Menurut undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari

---

<sup>56</sup> Ibid

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut:<sup>57</sup>

- a) Kriteria usaha Mikro adalah sebagai berikut: a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,-
- b) Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut: a. Memiliki kekayaan paling banyak Rp 50.000.000,- sambil dengan paling banyak Rp 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau; b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300. 000.000,- sampai paling banyak Rp 2.500.000.000,-
- c) Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut: a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp500.000.000, - tidak termasuk tanah dan bangunan atau; b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp2.500.000.000, - sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,-

#### F. Zona KHAS

1. Pengertian Zona KHAS

Zona kuliner halal, aman, dan sehat merupakan tempat dimana semua pihak terkait bekerjasama untuk menyediakan makanan dan minuman yang halal, sehat, aman, dan lingkungan nyaman sesuai dengan kaidah Syariah.

<sup>57</sup> Ibid., hlm. 2



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Kriteria Zona KHAS

Zona KHAS yang akan dibangun dan/ dikembangkan harus memenuhi kriteria sebagai berikut:<sup>58</sup>

- a) Pengelola memiliki komitmen untuk menjalankan usaha Zona KHAS dengan berlandaskan pada prinsip manajemen syariah;
- b) Sebagian besar area lokasi/area dialokasikan untuk pelaku usaha yang menghasilkan produk kuliner halal, aman, dan sehat, dan atau sedang dalam proses mendaftarkan sertifikat halal;
- c) Sudah memiliki sarana dan prasarana yang terletak dalam satu hamparan yang sama dengan kegiatan menghasilkan produk kuliner halal, aman, dan sehat
- d) Memiliki minimal 10 pelaku UMKM Kuliner berupa kedai atau warung yang sejenis untuk kawasan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum atau minimal 5 pelaku UMKM kuliner untuk kawasan kuliner yang bersifat terbatas (seperti kantin instansi, lembaga, sekolah atau kementerian, rumah sakit dan sejenis;
- e) Memiliki Mushola atau dekat dengan masjid sesuai dengan persyaratan yang berlaku.

## 3. Tujuan KHAS

Zona kuliner halal, aman, dan sehat merupakan tempat dimana semua pihak terkait bekerjasama untuk menyediakan makanan dan minuman

<sup>58</sup> Tutut Indra Wahyuni, *loc.cit.*, hlm. 14

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang halal, sehat, aman, dan lingkungan nyaman sesuai dengan kaidah Syariah.<sup>59</sup>

- a. Zona kuliner yang halal, aman, dan sehat;
- b. Tersedianya zona kuliner dengan infrastruktur yang memenuhi ketentuan jaminan produk halal dan higiene sanitasi pangan sehingga aman dan sehat untuk dikonsumsi;
- c. Terselenggaranya pengelolaan zona kuliner halal, aman, dan sehat yang memenuhi ketentuan jaminan produk halal yang berkesinambungan;
- d. Terwujudnya perilaku pelaku usaha, pengelola, dan pengunjung dalam menjamin kehalalan produk, pola hidup bersih dan sehat

Keberadaan zona kuliner halal, aman, dan sehat merupakan salah satu hal menunjang perkembangan perekonomian. Dengan adanya kawasan kuliner halal, dapat memberikan pelayanan yang mampu menjamin makanan dan minuman yang dikonsumsi memenuhi kehalalan, kesehatan, dan kenyamanan bagi pengunjung. Mengonsumsi makanan yang halal, aman, dan sehat merupakan hak konsumen, tanpa memandang suku, ras, agama maupun ekonomi.<sup>60</sup>

#### 4. Dasar Hukum

- a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 tahun 2008 tentang kesehatan

---

<sup>59</sup> *Ibid.*, hlm. 5

<sup>60</sup> *Ibid.*, hlm. 4

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2012 tentang pangan
- c) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal
- d) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah
- e) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja
- f) Pemerintah Nomor 66 tahun 2014 tentang kesehatan lingkungan
- g) Peraturan pemerintah nomor 86 tahun 2019 tentang keamanan pangan
- h) Peraturan Pemerintah Nomor 39 tahun 2021 tentang penyelenggaraan bidang jaminan produk halal
- i) Peraturan Pemerintah Nomor 5 tahun 2021 tentang penyelenggaraan perizinan berusaha berbasis risiko
- j) Peraturan Menteri Agama nomor 26 tahun 2019 tentang penyelenggaraan jaminan produk halal
- k) Peraturan Menteri Agama nomor 20 tahun 2021 tentang sertifikasi halal untuk pelaku usaha mikro dan kecil
- l) Keputusan Menteri Agama nomor 748 tentang jenis produk yang wajib bersertifikasi halal
- m) Keputusan Menteri Agama nomor 1360 tentang bahan yang dikecualikan wajib sertifikat halal

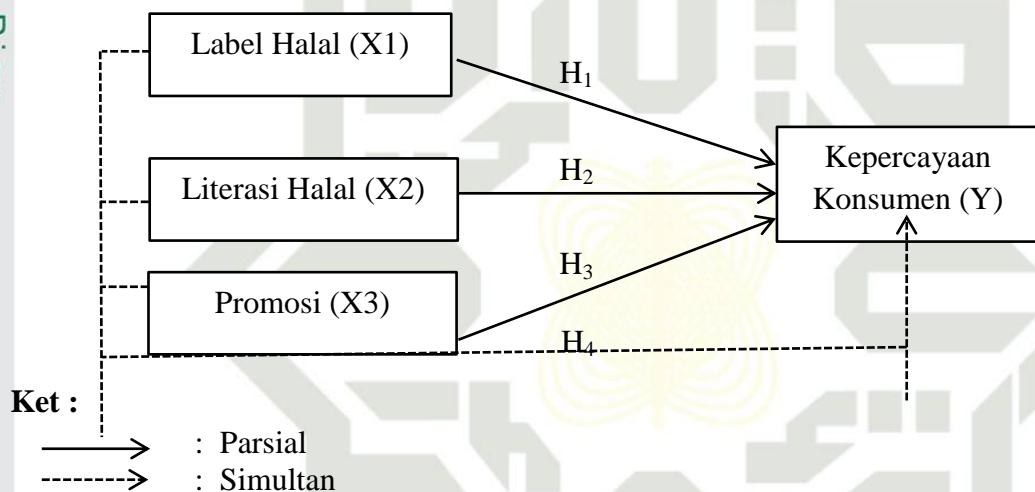


- n) Keputusan Kepala badan penyelenggara jaminan produk halal Nomor 57 Tahun 2021 tentang kriteria sistem jaminan produk halal.<sup>61</sup>

## G. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran pada penelitian ini dijelaskan melalui gambar di bawah ini:

**Gambar II.1 Kerangka Pemikiran**



## H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu *hypo* (belum tentu benar) dan tesis (kesimpulan). Hipotesis sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkap dalam bentuk pernyataan yang dapat di uji. Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.<sup>62</sup>

<sup>61</sup> Ibid., hlm. 6

<sup>62</sup> Juliansyah Noor. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 81.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- H<sub>1</sub> : Diduga label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam mengkonsumsi produk UMKM pada zona kuliner halal aman dan sehat (KHAS) di Kota Pekanbaru
- H<sub>2</sub> : Diduga literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam mengkonsumsi produk UMKM pada zona kuliner halal aman dan sehat (KHAS) di Kota Pekanbaru
- H<sub>3</sub> : Diduga promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam mengkonsumsi produk UMKM pada zona kuliner halal aman dan sehat (KHAS) di Kota Pekanbaru
- H<sub>4</sub> : Diduga label halal, literasi halal, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam mengkonsumsi produk UMKM pada zona kuliner halal aman dan sehat (KHAS) di Kota Pekanbaru

**I. Kajian Penelitian yang Relevan**

**Tabel II.2 Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	M. khoirul Saam, et.al, 2023	Sosialisasi Program Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada Produk UMKM di Desa Jerukwangi	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Sosialisasi Program Sertifikasi Halal di Desa Jerukwangi telah berhasil meningkatkan pemahaman dan kepercayaan pelaku UMKM terhadap pentingnya sertifikasi halal. Melalui pendekatan service learning dan penerapan berbagai teori, kegiatan ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mendorong perubahan sikap	Tidak menggunakan variabel Literasi Halal dan promosi terhadap kepercayaan konsumen

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
			<p>dan perilaku. Peserta pengabdian berhasil membawa pelaku UMKM melalui tahap perubahan dari ketidaktahuan hingga penerimaan sertifikasi halal. Workshop, diskusi, dan penggunaan media visual menjadi metode efektif untuk meningkatkan partisipasi dan pemahaman. Evaluasi kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam penerapan sertifikasi halal oleh pelaku UMKM. Kesimpulannya, sosialisasi ini tidak hanya memberikan manfaat pada tingkat individu tetapi juga berpotensi meningkatkan citra dan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM Desa Jerukwangi, berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.</p>	
2	<p>Ramadhan Fahmi Putra, 2022</p>	<p>Islamic Branding Sebagai Strategi Membangun Kepercayaan Konsumen Muslim</p>	<p>Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa Islamic Branding sebagai suatu strategi membangun kepercayaan konsumen Muslim merupakan</p>	<p>Tidak menggunakan variabel label halal, literasi halal, dan promosi terhadap kepercayaan</p>



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
		terobosan baru yang dapat diterapkan para produsen untuk kepentingan pengembangan usahanya. Mengingat negara Indonesia adalah negara yang penduduknya mayoritas seorang Muslim, tentunya hal ini merupakan peluang bagi para produsen Muslim yang akan memasarkan produknya. Selain itu, Islamic branding tak hanya dalam bentuk merk, logo, atau nama. Akan tetapi, Islamic branding juga dapat dilihat dari proses produksi hingga proses pemasaran suatu produk.	konsumen
Estu Pangersa Wibawa, 2018	Pengaruh Label Halal Dan Iklan Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Implikasinya Pada Minat Beli Mahasiswa Stkip Subang (Studi Pada Produk Deterjen Total Almeera).	Hasil penelitian menunjukkan setelah dilakukan penelitian dan melalui proses analisa data, Hasil pengujian dapat diketahui bahwa pengaruh kepercayaan terhadap minat beli produk deterjen Total Almeera adalah sebesar 75.52% sedangkan pengaruh dari luar variabel kepercayaan yang mempengaruhi minat beli sebesar 24.48%.	Tidak menggunakan variabel literasi halal dan promosi terhadap kepercayaan konsumen, serta tidak melihat implikasinya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
4	Mohammad Mangkarto	Sertifikat Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Restoran (Studi Kasus Restoran Kentucky Fried Chicken Cabang Manado)	Dengan Adanya Sertifikat Halal Di Restoran Kentucky Fried Chicken Cabang Manado Yang Di Keluarkan MUI Pusat Dan MUI Dati I Kotamadia Manado Merupakan Suatu Hal Yang Baik Bagi Konsumen Umat Islam Supaya Tidak Menimbulkan Perasaan <i>Subhat</i> . Pada Akhirnya Keberadaan Sertifikat Halal Di Restoran Kentucky Fried Chicken Cabang Manado Dapat Membantu Konsumen Umat Islam Dalam Hal Status Makanan Dan Minuman Yang Halal Untuk Dimakan	Tidak menggunakan variabel literasi halal dan promosi terhadap kepercayaan konsumen
5	Gita Ayuni, et al., 2022	Pengaruh Labelisasi Halal Dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan(suatu studi pada Konsumen CV. Lemona Cake & Bakery Outlet Padayungan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel labelsasi halal dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan. Melihat signifikansi yang diperoleh maka variabel yang paling berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan adalah variabel citra merek.	Tidak menggunakan variabel literasi halal dan promosi terhadap kepercayaan konsumen

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
	Nayla Muna Pratiwi, 2024	Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Babah Kacamata Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Kopi Babah Kacamata Kota Salatiga). Other thesis, IAIN SALATIGA.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga dan labelisasi halal tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel kepercayaan konsumen mampu memediasi antara citra merek, harga, dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.	
7	Nadia Adina, 2022	Private Label Makanan: Pengaruh Persepsi Harga Dan Label Halal Terhadap Niat Membeli Dengan Kepercayaan	Harga Dan Label Halal Masing-Masing Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Niat Membeli. Kepercayaan Konsumen Sebagai Pemoderasi Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Hubungan	Tidak menggunakan variabel literasi halal dan promosi terhadap kepercayaan konsumen



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
		Konsumen Sebagai Pemoderasi	Antara Persepsi Harga Dan Niat Membeli. Serta Kepercayaan Konsumen Sebagai Pemoderasi Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Hubungan Antara Label Halal Dan Niat Membeli. Penelitian Ini Hanya Dilakukan Pada Konsumen Super Indo Yang Telah Mengetahui Dan Memahami Produk Private Label. Selain Itu Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Dalam Penelitian Ini Hanya Terdiri Dari Persepsi Harga Dan Label Halal.	
8	Zainalabidin Mohamed, Mad Nasir Shamsudin dan Golnaz Reza, 2013	The Effect of Possessing Information About Halal Logo on Consumer Confidence in Malaysia	Consumer confidence in Halal food and logo are shaped by numerous factors that include information on food ingredients, various Halal claims, and warnings on non-Halal products. The study attempted to construct consumer behavior of respondents through 3 approaches: after giving information, before giving	Tidak melihat pengaruh variabel literasi halal dan promosi terhadap kepercayaan konsumen

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
		information, and without information on Halal food based on the 2006 publication by the Consumer Association of Penang. This was done in order to predict the effect of Halal information on consumers' confidence while purchasing Halal-manufactured foods from 1,560 Muslim respondents residing in Malaysia. The multinomial logit model was used to estimate the parameters and the likelihood of the level of confidence differing among the 3 groups of respondents in this study. The results indicate that consumers are sensitive to the fact that any false information may result in the loss of their confidence level and it would also affect their intended purchasing decisions.	

Sumber: M. khoirul Anam, et.al, (2023), Ramadhan Fahmi Putra (2022), Estu Pangersa Wibawa (2018), Gita Ayuni, et.al., (2022), Nayla Muna Pratiw (2024), Nadia Audina (2022) Zainalabidin Mohamed, Mad Nasir Shamsudin dan Golnaz Reza (2013)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### BAB III

## METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan lapangan (*field research*) yang dilakukan dengan mengumpulkan data/informasi yang diperoleh langsung dari responden. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan.<sup>63</sup> Atau dapat dikatakan penelitian yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan dengan menggunakan rancangan yang terstruktur, sesuai dengan sistematika penelitian.<sup>64</sup>

### B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian adalah tempat dimana proses kegiatan penelitian yang digunakan untuk memperoleh pemecahan masalah penelitian dilakukan. Penelitian ini dilakukan di kawasan Riau Garden alasan memilih tempat penelitian ini dikarenakan kawasan ini merupakan zona kuliner halal, aman, dan sehat pertama di kota pekanbaru yang dapat memberikan jaminan kepastian kehalalan kepada konsumen.

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2022), hlm. 136.

<sup>64</sup> Ratna Wijayanti Daniar Paramita, et.al., *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jawa Timur: Widyagama Press, 2021), hlm. 10



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Waktu penelitian merupakan rentang masa yang dibutuhkan oleh peneliti untuk melakukan sebuah observasi dan penggalan data selama di lapangan. Lamanya waktu penelitian ditentukan sendiri oleh seorang peneliti sesuai dengan kebutuhannya. Sedangkan pada penelitian kali ini dilakukan sekitar kurang lebih selama tiga bulan.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang berfungsi sebagai sumber daya dalam penelitian. Populasi juga dapat diartikan jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti.<sup>65</sup> Definisi lain mengatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>66</sup>

Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui (*infinite*), menurut Sugiono bila jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Cochran yaitu:<sup>67</sup>

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

n : jumlah sampel yang diperlukan

z : nilai standar yang diperoleh dari tabel distribusi normal Z dengan simpangan 5% dengan nilai 1,96

<sup>65</sup> Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 60

<sup>66</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 80

<sup>67</sup> *Ibid.*, hlm. 136.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

p : nilai proporsi yang didapat dari penelitian sebelumnya (kepastakaan), apabila proporsitidak diketahui, maka perkiraan proporsi sebesar 50% (0,5)

q : 1-p

e : 0,1

Perhitungan :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Jadi total sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 97 orang dengan menggunakan Sampling Insidental atau Accidental Sampling yaitu, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara keseluruhan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik Sampling Insidental atau Accidental Sampling diharapkan dapat membantu peneliti dalam mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian.

#### D. Variabel Penelitian

- 1) Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas (X) variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, abtedecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2)

menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah: Label halal dan literasi halal.<sup>68</sup>

Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel dependen atau variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>69</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepercayaan konsumen (Y)

**Tabel III.1 Definisi Konsep Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1.	Kepercayaan Konsumen (Y)	Kepercayaan konsumen adalah suatu konsep kritis dalam psikologis konsumen yang merinci cara individu mengevaluasi dan menilai kehandalan, integritas, dan kompetensi suatu produk. Pengaruh utama kepercayaan berasal dari pengalaman konsumen, dan	<p>a. Reliabel (produk yang dikonsumsi produk yang handal)</p> <p>b. Trustworthy (produk yang dikonsumsi merupakan produk yang terpercaya)</p> <p>c. Keep Promises (Perusahaan dapat menepati janjinya kepada konsumen)</p> <p>d. Commitments (perusahaan dapat terus berkomitmen memberikan produk terbaik untuk konsumen)</p> <p>e. Keep customers; best interest in mind (perusahaan dapat mengingat kepentingan</p>

<sup>68</sup> Hamid Darmadi, *op.cit.*, hlm. 14

<sup>69</sup> *Ibid.*



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		interaksi langsung dengan produk. <sup>70</sup>	konsumen) <sup>71</sup>
2.	Label halal (X1)	Label halal adalah pengakuan kehalalan sebuah produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang diterbitkan MUI. <sup>72</sup>	Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 (dalam Afriyadi, 2024), indikator label halal adalah: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Gambar, merupakan hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola (hewan, orang, dsb.)</li> <li>b. Tulisan, merupakan hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.</li> <li>c. Kombinasi Gambar dan Tulisan, merupakan gabungan antara hasil gambar dan hasil tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.</li> <li>d. Menempel pada Kemasan, dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat, (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk)<sup>73</sup></li> </ol>

<sup>70</sup> Ratu Fathin Raniya, et.al., *Dampak Social Media Marketing dalam Kepercayaan Konsumen*, (Banda Aceh: Syiah Kuala University Pers, 2024), hlm. 59-60.

<sup>71</sup> *Ibid.*, hlm. 73.

<sup>72</sup> Binti Masruroh dan Elok Fitriani Rafikasari, "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: Studi pada Mahasiswa UIN Sayid Ali Rahmatullah Tulungagung, *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Volume 3., No. 5., (2022), hlm. 871-872.

<sup>73</sup> Afriyadi, Mulia Sosiady, dan Nurnasrina, *loc.cit*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.	Literasi Halal (X2)	Literasi Halal adalah pengetahuan dan pemahaman suatu individu terhadap produk yang dikonsumsi <sup>74</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pengetahuan tentang hukum halal</li> <li>b. Pengetahuan tentang perbedaan makanan dan minuman yang diharamkan atau dihalalkan Islam</li> <li>c. Pentingnya mengkonsumsi produk halal</li> </ol>
4.	Promosi (X3)	promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. <sup>75</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Periklanan (Advertising)</li> <li>b. Penjualan langsung (Personal Selling)</li> <li>c. Promosi penjualan (Sales promotion)</li> <li>d. Hubungan masyarakat (Public relations)</li> <li>e. Pemasaran langsung (Direct marketing)</li> </ol>

**E Teknik Pengumpulan Data**

1. Kuesioner/angket

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau dilakukan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>76</sup> Peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung kepada konsumen di Riau Garden. Teknik penentuan sampel

<sup>74</sup> Dinar Bagja Pratama dan Neneng Hartati, "Pengaruh Literasi dan Religiositas terhadap konsumsi produk halal pada mahasiswa mks UIN Sunan Gunung Djati Bandung", *Journal of sharia financial management*, Volume 1., No. 2., (2020), hlm. 1-12

<sup>75</sup> Alfiyandi La Ode Syarfan "Analisis Bauran Promosi (*Promotion mix*) Produk Multilinked Syariah pada asuransi panin DAI-ICHI Life cabang pekanbaru" *Jurnal valuta*, volume 2., No. 11., (2016), hlm.58-59

<sup>76</sup> Fenti hikmawati, *Metodologi Penelitian*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), hlm. 80-85.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara keseluruhan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Pada penyusunan kuesioner penulis menggunakan skala likert untuk menjadi acuan pengukuran. Dengan uraian skala sebagai berikut:

- Sangat setuju (5)
- Setuju (4)
- Netral (3)
- Tidak setuju (2)
- Sangat tidak setuju (1)

Kuesioner ini dengan menggunakan ceklist atau pilihan ganda. Pertanyaan pertanyaan dalam kuesioner diwakili dengan angka berskala sebagai alternatif jawaban yang akan digunakan responden.

#### 2. Wawancara

Wawancara yaitu percakapan antara dua orang dimana salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan tertentu.<sup>77</sup> Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden (subjek).

<sup>77</sup> Haris Herdiyansah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 29.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Saifudin Zulkarnain

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Observasi

Observasi adalah salah satu upaya peneliti berupa mengamati perilaku atau aktivitas yang terjadi untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian melalui pemilihan, pengubahan, pencatatan, pengkodean, rangkaian perilaku dan suasana dalam rangka tujuan penelitian.<sup>78</sup> Observasi juga dapat diartikan sebagai metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.<sup>79</sup>

### 4. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen. Dokumen yang digunakan dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, catatan khusus dalam pekerjaan sosial dan dokumen lainnya.<sup>80</sup>

## f. Teknik Analisis data

### 1. Uji Instrumen

#### a) Uji Validitas

Uji Validitas menurut Sugiyono adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan

<sup>78</sup> Fenti hikmawati, *loc.cit.*

<sup>79</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 115

<sup>80</sup> Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: UB Press, 2012), h. 66

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut.<sup>81</sup>

Uji validitas menunjukkan suatu ukuran tingkat kevalid-an atau ketetapan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>82</sup> Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan  $r$  tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika  $r$  hitung  $< r$  tabel maka item dinyatakan tidak valid atau dengan kata lain soal dibuang atau tidak dilibatkan dalam penelitian.

#### b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah menguji apakah hasil kuesioner atau angket dapat dipercaya atau tidak. Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang diuji adalah hanya item yang valid.<sup>83</sup>

Pengujian reliabilitas ini menggunakan uji Alpha Cronbach's. adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah jika nilai Alpha Cronbach's  $> 0,60$  maka kuesioner atau angket dinyatakan

<sup>81</sup> Bheben Oscar, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kiblat Pengusaha Indonesia, Jurnal Bisnis dan Pemasaran, Volume 2., No. 2., (2019), hlm. 84.

<sup>82</sup> Engkus. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pasien di Puskesmas Cihitung Kabupaten Sukabumi, Jurnal Governansi, Volume 5., No. 2., (2019), hlm. 104

<sup>83</sup> *Ibid.*, hlm. 105.

reliable atau konsisten dan jika nilai Alpha Cronbach's  $< 0,60$  maka kuesioner atau angket tidak reliable atau tidak konsisten.<sup>84</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a) Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Data dinyatakan normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode uji Lilliefors (Kolmogorov-Smirnov) dengan membaca nilai Sig (signifikansi). Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal sehingga uji statistik nonparametrik harus digunakan. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal

### b) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah model regresi memiliki hubungan atau korelasi antara variabel bebas atau tidak. Untuk menguji ada tidaknya Multikolinieritas, penulis menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor sebagai pedoman pengambilan keputusan. Inflation Factor (VIF) pada model regresi. Menurut Ghozali bahwa dasar pengambilan keputusan untuk uji

<sup>84</sup> Satria Artha Pratama, Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Karyawan Divisi Ekspor PT. Dua Kuda Indonesia, Jurnal Ilmiah M-progress, Volume 11., No. 1., (2021), hlm. 43.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Tolerance variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- Jika nilai Tolerance variabel lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas..

#### c) Uji Heteroskedastistas

Uji Heteroskedastistas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dari model yang diamati memiliki varian yang konstan atau tidak. Metode yang akan digunakan untuk Uji Heteroskedastistas pada penelitian ini adalah uji glesjer dan melihat dari grafik *scatterplot*.

Ciri-ciri tidak terjadi dengan melihat grafik Heterokedastisitas:

- Titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitaran angka
- Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
- Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- Penyebaran titik-titik data tidak berpola

Dasar pengambilan keputusan uji glejser:<sup>85</sup>

- a) Jika nilai signifikansi lebih besar atau sama dengan 0,05 maka dikatakan tidak terjadi gejala Heterokedastisitas dalam model regresi.

<sup>85</sup> Sihabudin et.al., *Ekonomitrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*, hlm. 126.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan terjadi gejala Heterokedastisitas dalam model regresi.

**3. Analisis Regresi Linier Berganda**

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis yang memiliki variabel bebas lebih dari satu disebut analisis regresi linier berganda. Teknik regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

Model regresi linear berganda dilukiskan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel terikat atau variabel response.

$X$  = Variabel bebas atau variabel predictor.

$\alpha$  = Konstanta.

$\beta$  = Slope atau Koefisien estimate.

Bila terdapat 2 variabel bebas, yaitu  $X_1$  dan  $X_2$ , maka bentuk persamaan regresinya adalah :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$  Keadaan-keadaan bila nilai

koefisien-koefisien regresi  $b_1$  dan  $b_2$  adalah :

- Bernilai 0, maka tidak ada pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$
- Bernilai negatif, maka terjadi hubungan yang berbalik arah antara variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  dengan variabel tak bebas  $Y$

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Bernilai positif, maka terjadi hubungan yang searah antara variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  dengan variabel tak bebas  $Y$

#### 4. Uji Hipotesis

##### a) Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah Variabel bebas (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Kriteria penilaian hipotesis pada Uji t menurut Priyatno, adalah:

- 1)  $H_0$  diterima, jika  $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau  $\text{sig. } t > \alpha$  (0,05)
- 2)  $H_1$  dan  $H_2$  diterima, jika  $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau  $\text{sig. } t < \alpha$  (0,05)

##### b) Uji Simultan (Uji-F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (X) yang dimasukkan dalam model (simultan) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

Berikut kriteria pengambilan keputusan menurut Priyatno adalah:

- 1)  $H_0$  diterima jika  $F\text{hitung} < F\text{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau  $\text{sig. } F > \alpha$  (0,05)
- 2)  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) jika  $F\text{hitung} > F\text{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau  $\text{sig. } F < \alpha$  (0,05).

##### c) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  ini merupakan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ukuran yang digunakan untuk menentukan berapa persen variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas.

Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut:<sup>86</sup>

- 1) Jika nilai  $R^2$  mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin kecil.
- 2) Jika nilai  $R^2$  mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin kuat.

#### d) Koefisien Determinasi

Koefisien korelasi ( $r$ ) digunakan untuk melihat seberapa kuat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai ini dapat dilihat melalui tabel model summary pada kolom ( $r$ ).<sup>87</sup>

Koefisien korelasi ( $r$ ) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas  $-1$  hingga  $+1$  ( $-1 < r \leq +1$ ) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain sebagai berikut :

1. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif dalam variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai  $X$  akan diakui dengan kenaikan dan penurunan  $Y$ . Jika  $r = +1$  atau mendekati 1 maka menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.

<sup>86</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016), hlm. 158

<sup>87</sup> Syarifuddin dan Ibnu Al Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda dengan SPSS*, (Pangkaraya: Bobby Digital Center, 2022), hlm. 91

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika  $r = -1$  atau mendekati  $-1$  maka menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi variabel-variabel yang diuji lemah.
3. Jika  $r = 0$  atau mendekati  $0$  maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti dan diuji

**Tabel 3.2**

**Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	<b>Sangat Rendah</b>
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Tinggi
0,80 - 1,000	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono, 2020

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Label Halal, Literasi Halal dan Promosi terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, aman dan sehat di Kota Pekanbaru, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Label Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen dalam mengonsumsi produk UMKM pada zona kuliner halal, aman dan sehat di kota Pekanbaru. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis uji t yang dilakukan pada variable label halal. Diperoleh nilai t hitung sebesar  $5,080 > t \text{ tabel } 1,984$  dengan nilai  $\text{sig } (0,000) < 0,05$
2. Literasi Halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen dalam mengonsumsi produk UMKM pada zona kuliner halal, aman dan sehat di kota Pekanbaru. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis uji t yang dilakukan pada variable literasi halal. Diperoleh nilai t hitung sebesar  $6,216 > t \text{ tabel } 1,984$  dengan nilai  $\text{sig } (0,000) < 0,05$ .
3. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen dalam mengonsumsi produk UMKM pada zona kuliner halal, aman dan sehat di kota Pekanbaru. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis uji t yang dilakukan pada variable



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

literasi halal. Diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $6,182 > t$  tabel  $1,984$  dengan nilai  $\text{sig} (0,000) < 0,05$ .

4. Label halal, literasi halal dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepercayaan Konsumen dalam mengonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, aman dan sehat di Kota Pekanbaru dengan nilai  $F$  hitung sebesar  $59,992 > F$  tabel yaitu sebesar  $2,70$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . dan diperkuat dari hasil analisis koefisien determinasi yang menunjukkan nilai Adjuste R square  $62,8\%$ . dan hasil analisis Koefisien Korelasi sebesar  $0,800$  hal ini membuktikan hubungan yang sangat kuat anatar variabel indenpenden dan dependen..

**B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh label halal, literasi halal, dan promosi terhadap kepercayaan konsumen dalam mengonsumsi produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (KHAS) di Kota Pekanbaru, maka beberapa saran dapat diberikan kepada berbagai pihak terkait, antara lain:

1. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan faktor-faktor lain yang memperngaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM yang berlabel halal
2. Peningkatan Strategi Promosi UMKM perlu lebih aktif dalam melakukan promosi baik secara offline maupun online untuk

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menarik kepercayaan masyarakat akan keberadaan zona KHAS dan keunggulan produk yang ditawarkan.

3. Peningkatan Sosialisasi dan Edukasi Lembaga terkait seperti MUI dan BPJPH perlu lebih aktif dalam menyosialisasikan pentingnya label halal serta memberikan edukasi yang lebih luas kepada masyarakat mengenai literasi halal.
4. Konsumen diharapkan lebih mendukung UMKM yang telah memiliki sertifikat halal dengan memilih produk mereka dibandingkan produk yang belum bersertifikasi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-qur'an ,Qordoba Internasional, (Bandung: Cardoba Internasional Indonesia, 2020)
- Aip Nuralim, et.al., "Marketing Strategy Through Halal Product Advertisements On Social Media "*Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, Volume 6., No. 1., (2024), hlm. 39-49
- Afriyadi, Mulia Sosiady, dan Nurnasrina “Pengaruh Label Halal, Harga, dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Melalui Religiusitas sebagai Variabel Intervening pada Produk HNI-HPAI di kecamatan Bengkalis” *Jurnal Rumpun Ilmu Ekonomi*, Volume 2., No. 2., (2024), hlm. 133
- Alnamira, et.al., “Faktor-faktor yang memepengaruhi Kepercayaan Konsumen terhadap Produk UMKM berlabel Halal” *Jurnal Manajemen dan Administrasi bisnis*, Volume 2., No. 1., (2024), hlm.48-54
- Alfiyandi La Ode Syarfan “Analisis Bauran Promosi (*Promotion mix*) Produk *Multilinked* Syariah pada asuransi panin DAI-ICHI Life cabang pekanbaru” *Jurnal valuta*, volume 2., No. 11., (2016), hlm.58-59
- Abdul Mukti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kirani Coffe", *Jurnal Bina Manajemen*, Volume 10., No. 1., (2021), hlm. 232-233.
- Abrori, Faizul *Pariwisata Halal dan Peningkatan Kesejahteraan*. Malang: Literasi Nusantara, 2020.
- Agung, Anak Agung Putu. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press, 2012.
- Agus Wahyudi Salasa Gama, "PENGARUH LOKASI, FASILITAS, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN" (Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati), Volume 11. No.1. 28. (2016), hlm. 24.
- Anoname, *Pentingnya Literasi Halal dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Indonesia*, edisi kelima belas. Desember 2023.
- Asnawi , Nur dan Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah, Teori, Filosofi, dan Isu-isu kontemporer*. Depok: Rajawali Press, 2017



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

- Bheben Oscar, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kiblat Pengusaha Indonesia, *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Volume 2., No. 2., (2019), hlm. 84.
- Binti Masruroh dan Elok Fitriani Rafikasari, “Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: Studi pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Volume 3., No. 5., (2022), hlm. 871-872.
- Bungin, Burhan *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Dea Putri Njoto dan Krismi Budi Sienatra "PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WENAK TOK", *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 3., No. 5., (2018), hlm. 613-614.
- Dharu Triasih, B.Rini Heryanti, Doddy Kridasaksana, “Kajian tentang Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal”, *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, Volume 18., No. 2., (2016), hlm. 216.
- Dinar Bagja Pratama dan Neneng Hartati, “Pengaruh Literasi dan Religiositas terhadap konsumsi produk halal pada mahasiswa mks UIN Sunan Gunung Djati Bandung”, *Journal of sharia financial management*, Volume 1., No. 2., (2020), hlm. 1-12.
- Engkus. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pasien di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi, *Jurnal Governansi*, Volume 5., No. 2., (2019), hlm. 104.
- Ferrinadewi, “Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian, *Jurnal Ekonomi* Volume 17., No.1 (2005), hlm. 4.
- Hamdani. *Mengenal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) lebih dekat*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia. 2020.
- Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosiali*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Hayyun Durotul Faridah, Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi, *Journal of Halal Product and Research*, Volume 2., No. 2., (2019), hlm. 72.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

- Hayyun Durrotul Faridah,” Label halal di Indonesia: Sejarah,Perkembangan,dan Implementasi,”dalam Jurnal Of Halal Product and Research, Volume 2., No.2., 2019. hlm.72 .
- Herdiyansah, Haris Wawancara, *Observasi, dan Focus Groups*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Hermansah. *Meningkatkan Kualitas Layanan Publik di Pelabuhan: Peran Responsivitas dan Kemampuan Pelayanan Pegawai*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2023.
- hikmawati, Fenti. *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Imam Salehudin, "Halal Literacy: A Concept Exploration and Measurement Validation", *ASEAN Marketing Journal*, Volume 11., No. 1., (2010), hlm. 1.
- Inka Amalia dan Imelda Aprileny, "Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi Pada PT. Kentanix Supra Internasional)", *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, (202), hlm. 6-7.
- Irawati, Siti Anugrahini *Ekonomi Kreatif dan UMKM Kuliner pendongkrak Ekonomi Rakyat*. Malang: Media Nusantara Creative. 2023.
- Lely Indah Mindarti. *Manajemen Pelayanan Publik (menuju tata kelola yang baik.)* Malang: UB Pres, 2016.
- Malawi Ibadullah, dkk, *Pembelajaran Literasi Berbasis Sastra dan Lokal*. Jawa Timur: CV AE Medika Grafika. 2017.
- Mita Sari Tolan, "Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)" Volume 2., No. 5., (2021), hlm. 361.
- Mega Novita Syafitri "Urgensi Sertifikasi Halal Food dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam" *al-Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Volume 10., No. 1., (2022), hlm. 16
- Mowen, John C. dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga. 2002.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mochamad Novi Rifa'i "Promosi Makanan Halal di Kota Taipei, Taiwan" *FALAH Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 3., No.1., (2018), hlm. 115.

Noor. Juliansyah. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2017.

Nur Kholidah dan Muhammad Arifiyanto, "Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal", *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, Volume 7., No. 1., (2021)

Nurul Widyawati, "Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan", *Jurnal Ekitas*, Volume 12., (2008), hlm. 79.

Observasi Jumlah UMKM di Riau Garden dan Ulasan Konsumen, 21 September 2024.

Paramita, Ratna Wijayanti Daniar et.al., *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jawa Timur: Widya Gama Press, 2021.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.

Raniya, Ratu Fathin et.al., *Dampak Social Media Marketing dalam Kepercayaan Konsumen*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Pers, 2024.

Republik Indonesia. Undang-undang No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan (Bab VII, Bagian kedelapan)

Republik Indonesia. Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (pasal 8 ayat (1) huruf h)

Satria Artha Pratama, Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Karyawan Divisi Ekspor PT. Dua Kuda Indonesia, *Jurnal Ilmiah M-progress*, Volume 11., No. 1., (2021), hlm. 43.

Siti Indah Purwaning Yamana dan Hikmatul Hasanah, "Literasi Produk Bersertifikasi Halal dalam Rangka Meningkatkan Penjualan pada UMKM", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JUMP)* Volume 1., No. 2., (2021), hlm. 105

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- Sumarwan,Ujang. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011
- Syarifuddin dan Ibnu Al Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda dengan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center. 2022.
- Umar, Husein. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Bogor: Ghalia Indosia. 2003.
- Warto dan Samsuri, “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia,” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98–112.
- Wahyuni, Tutut Indra et.al., *Buku Saku Pedoman Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat*. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. 2022.
- Wawancara dengan konsumen di Riau Garden, 18 September 2024.
- Wicaksono, A. T., & Astutik, T. P. "Literasi Mahasiswa Program Studi Tadris Kimia Terhadap Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk". *EdHumanistics*. Volume 05., No 01., (2020), hlm. 667-673
- Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana prenada Media Group. 2013.
- Kementerian Agama Republik Indonesia, diakses <https://kemenag.go.id/pers-rilis/urus-sertifikasi-halal-lebih-mudah-dan-murah-ini-faktanya-RE7BP> pada 29 April 2024 pk1 23.00 WIB.
- Media Center Riau “Pemprov Riau Dorong Pemda Kabupaten/Kota Bentuk Zona KHAS”, dikutip dari <https://mediacenter.riau.go.id/read/83030/pemprov-riau-dorong-pemda-kabupatenkota-bentu.html#> pada hari minggu 23 September 2024 jam 13.45 WIB.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN

### PENGARUH LABEL HALAL, LITERASI HALAL, DAN PROMOSI TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM MENGONSUMSI PRODUK UMKM PADA ZONA KULINER HALAL, AMAN, DAN SEHAT (KHAS) DI KOTA PEKANBARU

#### A. Identitas Responden

Nama :  
Umur :  
Agama :  
Alamat :  
Frekuensi berkunjung :

#### B. Petunjuk Pengisian Angket

1. Tuliskan identitas terlebih dahulu
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan teliti sebelum menjawab
3. Berilah tanda centang pada kolom jawaban yang dianggap paling sesuai
4. Kuesioner ini semata-mata digunakan untuk keperluan penelitian

#### C. Keterangan Pilihan Jawaban

SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
N : Netral  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Varibael Label Halal (X1)

No	Uraian Pertanyaan	Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Label halal pada kemasan produk merupakan tanda bahwa produk sudah resmi bersertifikasi halal					
2.	Saya percaya bahwa produk dengan label halal lebih sehat dan aman untuk dikonsumsi					
3.	Komposisi yang terdapat pada kemasan menggunakan bahan yang mengikuti standar kehalalan produk					
4.	Adanya logo halal dapat membangun kepercayaan saya terhadap produk makanan dan minuman					
5.	Adanya label halal pada kemasan mempermudah saya dalam menerima informasi akan kualitas produk					

#### Variabel Literasi Halal (X2)

No	Uraian Pertanyaan	Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengetahui bahwa yang dimaksud dengan halal adalah segala benda yang diizinkan atau diperbolehkan untuk digunakan dan dikonsumsi.					
2.	Produk makanan dan minuman yang tidak baik dan dapat menimbulkan penyakit, maka itu dilarang untuk dikonsumsi.					
3.	Mengonsumsi produk halal penting untuk kesehatan tubuh karena sudah terjamin kebersihannya					

#### Variabel Promosi (X3)

No	Uraian Pertanyaan	Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Riau Garden sering melakukan iklan dan memberikan informasi melalui sosial media					
2.	Riau Garden menjelaskan dan memperkenalkan sebagai zona kuliner halal, aman, dan sehat					



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

	pertama di Kota Pekanbaru					
3.	Saya sering menghadiri acara dan event yang diselenggarakan Zona KHAS					
4.	Zona KHAS berkontribusi pada pengembangan UMKM daerah sekitar					
5.	Saya mudah mendapatkan informasi promosi melalui media digital dan telepon.					

### Variabel Kepercayaan Konsumen (Y)

No	Uraian Pertanyaan	Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa aman mengonsumsi produk halal karena sudah melalui proses sertifikasi.					
2.	Saya yakin produk UMKM yang saya beli benar-benar sesuai dengan standar kehalalan yang ditetapkan.					
3.	Produk halal yang saya konsumsi sesuai dengan informasi yang diberikan sesuai tertera dalam kemasan produk					
4.	Saya percaya UMKM yang memproduksi produk halal selalu berusaha meningkatkan kualitas produknya					
5.	Saya percaya produsen produk halal memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumennya.					

## Tabulasi Data

### Label Halal (X1)

No Responden	Label Halal					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	4	5	4	23
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	3	5	4	22
6	4	4	5	5	5	23
7	5	5	4	5	5	24
8	5	5	4	5	5	24
9	5	5	4	5	5	24
10	5	4	3	5	5	22
11	5	4	3	4	5	21
12	5	5	4	5	5	24
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	4	4	23
18	3	4	3	3	3	16
19	5	5	5	5	5	25
20	5	5	4	5	4	23
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	25
23	5	5	3	5	4	22
24	4	4	5	5	5	23
25	5	5	4	5	5	24
26	5	5	4	5	5	24
27	5	5	4	5	5	24
28	5	4	3	5	5	22
29	5	4	3	4	5	21
30	5	5	4	5	5	24
31	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	5	5	25
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	5	25
35	5	5	5	4	4	23
36	3	4	3	3	3	16
37	5	5	5	5	5	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

38	5	5	4	5	4	23
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	5	25
41	5	5	3	5	4	22
42	4	4	5	5	5	23
43	5	5	4	5	5	24
44	5	5	4	5	5	24
45	5	5	4	5	5	24
46	5	4	3	5	5	22
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	5	5	25
49	5	5	5	4	4	23
50	3	4	3	3	3	16
51	5	5	4	5	4	23
52	5	5	5	5	5	25
53	5	5	5	5	5	25
54	5	5	3	5	4	22
55	4	4	5	5	5	23
56	5	5	4	5	5	24
57	5	5	4	5	5	24
58	5	5	4	5	5	24
59	5	4	3	5	5	22
60	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	5	5	25
62	5	5	5	4	4	23
63	3	4	3	3	3	16
64	3	4	3	3	3	16
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	4	5	4	23
67	5	5	5	5	5	25
68	5	5	5	5	5	25
69	5	5	3	5	4	22
70	4	4	5	5	5	23
71	5	5	4	5	5	24
72	5	5	4	5	5	24
73	5	5	4	5	5	24
74	5	4	3	5	5	22
75	5	4	3	4	5	21
76	5	5	4	5	5	24
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	4	4	23
82	3	4	3	3	3	16
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	4	5	4	23
85	5	5	4	5	5	24
86	5	4	3	5	5	22
87	5	4	3	4	5	21
88	5	5	4	5	5	24
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	4	4	23
94	3	4	3	3	3	16
95	5	5	5	5	5	25
96	5	5	4	5	4	23
97	5	5	4	5	5	24

#### Literasi Halal (X2)

No Responden	Literasi Halal			Total
	X2.1	X2.2	X2.3	
1	5	5	5	15
2	4	5	5	14
3	4	5	5	14
4	5	5	5	15
5	4	4	5	13
6	5	5	5	15
7	4	5	5	14
8	4	5	5	14
9	4	5	5	14
10	4	4	4	12
11	4	5	5	14
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	5	5	5	15
15	5	5	5	15
16	5	5	5	15
17	5	5	5	15
18	5	5	4	14

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

19	5	5	5	15
20	4	5	5	14
21	4	5	5	14
22	5	5	5	15
23	4	4	5	13
24	5	5	5	15
25	4	5	5	14
26	5	5	5	15
27	4	5	5	14
28	4	4	4	12
29	4	5	5	14
30	4	4	4	12
31	5	5	5	15
32	5	5	5	15
33	5	5	5	15
34	5	5	5	15
35	5	5	5	15
36	5	5	4	14
37	5	5	5	15
38	5	5	5	15
39	5	5	5	15
40	5	5	5	15
41	5	4	5	14
42	4	5	5	14
43	5	5	5	15
44	5	5	5	15
45	5	5	5	15
46	4	4	4	12
47	5	5	5	15
48	5	5	5	15
49	5	5	5	15
50	5	5	4	14
51	4	5	5	14
52	5	5	5	15
53	5	5	5	15
54	5	4	5	14
55	5	5	5	15
56	4	5	5	14
57	5	5	5	15
58	5	5	5	15
59	4	4	4	12

# **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

60	5	5	5	15
61	5	5	5	15
62	5	5	5	15
63	5	5	4	14
64	5	5	4	14
65	5	5	5	15
66	5	5	5	15
67	4	5	5	14
68	5	5	5	15
69	5	4	5	14
70	4	5	5	14
71	5	5	5	15
72	5	5	5	15
73	5	5	5	15
74	4	4	4	12
75	4	5	5	14
76	4	4	4	12
77	5	5	5	15
78	5	5	5	15
79	5	5	5	15
80	5	5	5	15
81	5	5	5	15
82	5	5	4	14
83	5	5	5	15
84	5	5	5	15
85	5	5	5	15
86	4	4	4	12
87	5	5	5	15
88	4	4	4	12
89	5	5	5	15
90	5	5	5	15
91	5	5	5	15
92	5	5	5	15
93	5	5	5	15
94	5	5	4	14
95	5	5	5	15
96	5	5	5	15
97	5	5	5	15



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Promosi (X3)**

No Responden	Promosi					Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	3	4	3	3	4	17
2	4	5	4	4	5	22
3	3	4	3	3	4	17
4	3	4	3	3	4	17
5	3	3	3	3	4	16
6	5	5	5	5	5	25
7	5	3	3	4	5	20
8	5	3	3	4	5	20
9	5	3	3	4	5	20
10	4	3	4	4	4	19
11	5	3	5	4	4	21
12	4	3	2	4	4	17
13	5	3	3	5	4	20
14	3	3	4	4	4	18
15	5	3	5	5	5	23
16	5	3	3	4	3	18
17	4	3	4	4	4	19
18	3	3	3	3	3	15
19	3	3	3	3	4	16
20	4	3	4	4	5	20
21	3	3	3	3	4	16
22	3	3	3	3	4	16
23	3	3	3	3	4	16
24	5	3	5	5	5	23
25	5	3	3	4	5	20
26	5	3	3	4	5	20
27	5	3	3	4	5	20
28	4	3	4	4	4	19
29	5	3	5	4	4	21
30	4	3	2	4	4	17
31	5	3	3	5	4	20
32	3	3	4	4	4	18
33	5	3	5	5	5	23
34	5	3	3	4	3	18
35	4	3	4	4	4	19
36	3	3	3	3	3	15
37	3	3	3	3	4	16
38	4	3	4	4	5	20

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

39	3	3	3	3	4	16
40	3	3	3	3	4	16
41	3	3	3	3	4	16
42	5	3	5	5	5	23
43	5	3	3	4	5	20
44	5	3	3	4	5	20
45	5	3	3	4	5	20
46	4	3	4	4	4	19
47	5	3	5	5	5	23
48	5	3	3	4	3	18
49	4	3	4	4	4	19
50	3	3	3	3	3	15
51	4	3	4	4	5	20
52	3	3	3	3	4	16
53	3	3	3	3	4	16
54	3	3	3	3	4	16
55	5	3	5	5	5	23
56	5	3	3	4	5	20
57	5	3	3	4	5	20
58	5	3	3	4	5	20
59	4	3	4	4	4	19
60	5	3	5	5	5	23
61	5	3	3	4	3	18
62	4	3	4	4	4	19
63	3	3	3	3	3	15
64	3	3	3	3	3	15
65	3	3	3	3	4	16
66	4	3	4	4	5	20
67	3	3	3	3	4	16
68	3	3	3	3	4	16
69	3	3	3	3	4	16
70	5	3	5	5	5	23
71	5	3	3	4	5	20
72	5	3	3	4	5	20
73	5	3	3	4	5	20
74	4	3	4	4	4	19
75	5	3	5	4	4	21
76	4	3	2	4	4	17
77	5	3	3	5	4	20
78	3	3	4	4	4	18
79	5	3	5	5	5	23

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

80	5	3	3	4	3	18
81	4	3	4	4	4	19
82	3	3	3	3	3	15
83	3	3	3	3	4	16
84	4	3	4	4	5	20
85	5	3	3	4	5	20
86	4	3	4	4	4	19
87	5	3	5	4	4	21
88	4	3	2	4	4	17
89	5	3	3	5	4	20
90	3	3	4	4	4	18
91	5	3	5	5	5	23
92	5	3	3	4	3	18
93	4	3	4	4	4	19
94	3	3	3	3	3	15
95	3	3	3	3	4	16
96	4	3	4	4	5	20
97	5	3	3	4	5	20

Kepercayaan Konsumen (Y)

No Responden	Kepercayaan Konsumen					Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	5	5	5	4	4	23
2	5	4	4	5	5	23
3	5	5	5	4	4	23
4	5	5	5	4	4	23
5	4	3	4	4	3	18
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	20
11	5	4	5	4	4	22
12	5	4	4	4	4	21
13	5	5	5	5	5	25
14	5	4	4	4	4	21
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	5	25
18	4	4	4	4	4	20
19	5	5	5	4	4	23



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

20	5	4	4	5	5	23
21	5	5	5	4	4	23
22	5	5	5	4	4	23
23	4	3	4	4	3	18
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	4	4	4	20
29	5	4	5	4	4	22
30	5	4	4	4	4	21
31	5	5	5	5	5	25
32	5	4	4	4	4	21
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	5	25
35	5	5	5	5	5	25
36	4	4	4	4	4	20
37	5	5	5	4	4	23
38	5	4	4	5	5	23
39	5	5	5	4	4	23
40	5	5	5	4	4	23
41	4	3	4	4	3	18
42	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25
46	4	4	4	4	4	20
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	5	5	25
49	5	5	5	5	5	25
50	4	4	4	4	4	20
51	5	4	4	5	5	23
52	5	5	5	4	4	23
53	5	5	5	4	4	23
54	4	3	4	4	3	18
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	5	5	25
58	5	5	5	5	5	25
59	4	4	4	4	4	20
60	5	5	5	5	5	25

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

61	5	5	5	5	5	25
62	5	5	5	5	5	25
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	5	5	5	4	4	23
66	5	4	4	5	5	23
67	5	5	5	4	4	23
68	5	5	5	4	4	23
69	4	3	4	4	3	18
70	5	5	5	5	5	25
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	5	5	5	5	5	25
74	4	4	4	4	4	20
75	5	4	5	4	4	22
76	5	4	4	4	4	21
77	5	5	5	5	5	25
78	5	4	4	4	4	21
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	4	4	4	20
83	5	5	5	4	4	23
84	5	4	4	5	5	23
85	5	5	5	5	5	25
86	4	4	4	4	4	20
87	5	4	5	4	4	22
88	5	4	4	4	4	21
89	5	5	5	5	5	25
90	5	4	4	4	4	21
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	5	25
94	4	4	4	4	4	20
95	5	5	5	4	4	23
96	5	4	4	5	5	23
97	5	5	5	5	5	25

## Hasil Output SPSS

### Deskripsi Variabel Penelitian

#### X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	7	7,2	7,2	7,2
S	5	5,2	5,2	12,4
SS	85	87,6	87,6	100,0
Total	97	100,0	100,0	

#### X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	22	22,7	22,7	22,7
SS	75	77,3	77,3	100,0
Total	97	100,0	100,0	

#### X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	22	22,7	22,7	22,7
S	28	28,9	28,9	51,5
SS	47	48,5	48,5	100,0
Total	97	100,0	100,0	

#### X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	7	7,2	7,2	7,2
S	10	10,3	10,3	17,5
SS	80	82,5	82,5	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hasci

su

e I

f Sultan Syarif Kasim Riau





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	7	7,2	7,2	7,2
	S	18	18,6	18,6	25,8
	SS	72	74,2	74,2	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	29	29,9	29,9	29,9
	SS	68	70,1	70,1	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	15	15,5	15,5	15,5
	SS	82	84,5	84,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	17	17,5	17,5	17,5
	SS	80	82,5	82,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	32	33,0	33,0	33,0
	S	23	23,7	23,7	56,7
	SS	42	43,3	43,3	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**X3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	22	22,7	22,7	22,7
	S	42	43,3	43,3	66,0
	SS	33	34,0	34,0	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

**X3.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,1	4,1	4,1
	N	55	56,7	56,7	60,8
	S	23	23,7	23,7	84,5
	SS	15	15,5	15,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

**X3.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	28	28,9	28,9	28,9
	S	54	55,7	55,7	84,5
	SS	15	15,5	15,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

**X3.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	13	13,4	13,4	13,4
	S	49	50,5	50,5	63,9
	SS	35	36,1	36,1	100,0
	Total	97	100,0	100,0	



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	18	18,6	18,6	18,6
	SS	79	81,4	81,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	5,2	5,2	5,2
	S	32	33,0	33,0	38,1
	SS	60	61,9	61,9	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	33	34,0	34,0	34,0
	SS	64	66,0	66,0	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	46	47,4	47,4	47,4
	SS	51	52,6	52,6	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	5,2	5,2	5,2
	S	41	42,3	42,3	47,4
	SS	51	52,6	52,6	100,0
	Total	97	100,0	100,0	



### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X 1
X1.1	Pearson	1	,658**	,325**	,760**	,675**	,827**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson	,658**	1	,542**	,538**	,275**	,724**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,006	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson	,325**	,542**	1	,406**	,451**	,734**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson	,760**	,538**	,406**	1	,774**	,862**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson	,675**	,275**	,451**	,774**	1	,813**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,000	,000		,000

1. Ha	N	97	97	97	97	97	97
Total_X	Pearson	,827**	,724**	,734**	,862**	,813**	1
1	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X 2
X2.1	Pearson	1	,468**	,291**	,632**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		,000	,004	,000
	N	97	97	97	97
X2.2	Pearson	,468**	1	,553**	,840**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97
X2.3	Pearson	,291**	,553**	1	,658**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	,004	,000		,000

1. Ha

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

	N	97	97	97	97
2	Total_X	Pearson	,632**	,840**	,658**
		Correlation			1
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N		97	97	97

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X 3
X3.1	Pearson	1	-,146	,311**	,808**	,477**	,721**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		,154	,002	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.2	Pearson	-,146	1	,474**	,307**	-,177	,421**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,154		,000	,002	,083	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.3	Pearson	,311**	,474**	1	,564**	,346**	,787**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,001	,000
	N	97	97	97	97	97	97



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X3.4	Pearson	,808**	,307**	,564**	1	,497**	,920**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.5	Pearson	,477**	-,177	,346**	,497**	1	,603**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,083	,001	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97
Total_X 3	Pearson	,721**	,421**	,787**	,920**	,603**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97

\*\*, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson	1	,683**	,665**	,503**	,605**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97
Y.2	Pearson	,683**	1	,874**	,527**	,674**
	Correlation					



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
Y.3	Pearson	,665**	,874**	1	,451**	,500**	,818**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
Y.4	Pearson	,503**	,527**	,451**	1	,933**	,820**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
Y.5	Pearson	,605**	,674**	,500**	,933**	1	,892**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97
Total_Y	Pearson	,794**	,894**	,818**	,820**	,892**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Uji Reliability**

Label Halal (X1)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,833	5

Literasi Halal(X2)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,686	3

Promosi (X3)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,717	5

Kepercayaan Konsumen (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items





## Reliability Statistics

Cronbach's	N of
Alpha	Items
,896	5

## E Tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## F Tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## E Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

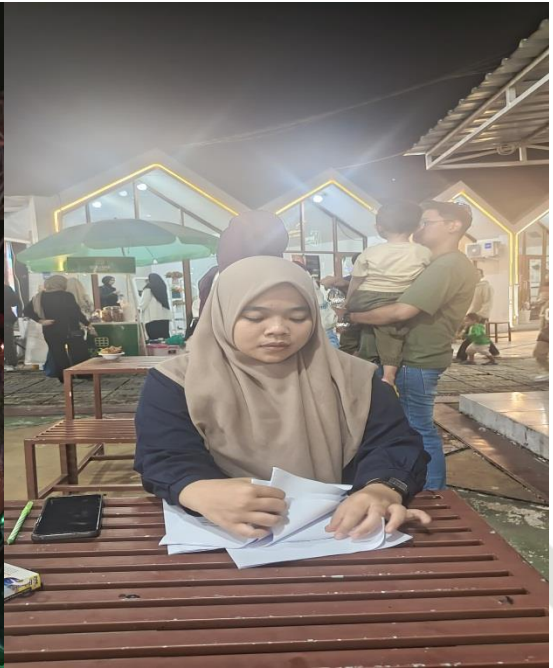
1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
  - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
  - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - c. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DOKUMENTASI

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## © Hak cipta

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**PASCASARJANA**  
**كلية الدراسات العليا**  
**THE GRADUATE PROGRAMME**

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 Po.BOX. 1004  
Phone & Fax (0761) 858832. Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id>. Email : [pasca@uin-suska.ac.id](mailto:pasca@uin-suska.ac.id).

: B-576/Un.04/Ps/HM.01/02/2025

Pekanbaru, 10 Februari 2025

:-

: Izin Melakukan Kegiatan Riset Tesis/Disertasi

Kepada

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu  
Satu Pintu Prov. Riau  
Pekanbaru

Dengan hormat, dalam rangka penulisan tesis/disertasi, maka dimohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengizinkan mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama	: DESI ANDRIANI
NIM	: 22390324791
Program Studi	: Ekonomi Syariah S2
Semester/Tahun	: IV (Empat) / 2025
Judul Tesis/Disertasi	: Pengaruh Label Halal, Literasi Halal, dan Promosi terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Mengonsumsi Produk UMKM pada Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (KHAS) di Kota Pekanbaru

untuk melakukan penelitian sekaligus pengumpulan data dan informasi yang diperlukannya dari Riau Garden, Delima, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28289

Waktu Penelitian: 3 Bulan (10 Februari 2025 s.d 10 Mei 2025)

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Wasalam  
Direktur,

Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA  
NIP. 19611230 198903 100 2

Tembusan:

Yth. Rektor UIN Suska Riau

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Nomor  
Lamp.  
Hal

Halaman ini dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA RI  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**PASCASARJANA**  
**كلية الدراسات العليا**  
**THE GRADUATE PROGRAMME**

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 Po.BOX. 1004  
 Phone & Fax (0761) 858832. Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id>. Email : [pasca@uin-suska.ac.id](mailto:pasca@uin-suska.ac.id).

S- 4450/Un.04/Ps/PP.00.9/12/2024

Pekanbaru, 09 Desember 2024

1. Penunjukan Pembimbing I dan  
 2. Pembimbing II Tesis Kandidat Magister

Kepada Yth.

1. Prof. Dr. Fitra Lestari Norhiza, ST, Meng, Ph. D (Pembimbing Utama)
2. Dr. Budi Azwar. M. Ec (Pembimbing Pendamping)

di Pekanbaru

Sesuai dengan musyawarah pimpinan, maka Saudara ditunjuk sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping tesis kandidat magister a.n :

Nama : Desi Andriani  
 NIM : 22390324791  
 Program Pendidikan : Magister/Strata Dua (S2)  
 Program Studi : Ekonomi Syariah  
 Semester : II (Dua)  
 Judul Tesis : Pengaruh Label Dan Literasi Halal Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Mengkonsumsi Produk UMKM Pada Zona Kuliner Halal Aman Dan Sehat (KHAS) Di Kota Pekanbaru

Masa bimbingan berlaku selama 1 tahun sejak tanggal penunjukan ini dan dapat diperpanjang (maks.) untuk 2x6 bulan berikutnya. Adapun materi bimbingan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dan penulisan tesis;  
 Penulisan hasil penelitian tesis;  
 Perbaikan hasil penelitian Setelah Seminar Hasil Penelitian;  
 Perbaikan tesis setelah Ujian Tesis; dan  
 Meminta ringkasan tesis dalam bentuk makalah yang siap di submit dalam jurnal.

Bersama dengan surat ini dilampirkan blanko bimbingan yang harus diisi dan ditandatangani setiap kali Saudara memberikan bimbingan kepada kandidat yang bersangkutan.

Demikianlah disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Wasalam,  
 Direktur,

Prof. Dr. H. Ilyas Husti. MA  
 NIP. 19611230 198903 1 002

Terbaca :

1. Desi Andriani
2. Asip



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
Email : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/72639  
T E N T A N G

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN TESIS**



1.04.02.01

Kejika Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat permohonan Riset dari : **Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau, Nomor : 516/Un.04/PS/PM.01/02/2025 Tanggal 10 Februari 2025**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Nama              | : DESI ANDRIANI   |
| 2. NIM / KTP         | : 22390324791   |
| 3. Program Studi     | : EKONOMI SYARIAH   |
| 4. Konsentrasi       | : -   |
| 5. Jenjang           | : S2  |
| 6. Judul Penelitian  | : PENGARUH LABEL HALAL, LITERASI HALAL, DAN PROMOSI TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM MENGKONSUMSI PRODUK UMKM PADA ZONA KULINER HALAL AMAN DAN SEHAT DI KOTA PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : PRODUK UMKM PADA ZONA KULINER HALAL AMAN DAN SEHAT DI KOTA PEKANBARU  |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.

Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.

kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 17 Februari 2025



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU**

**UIN SUSKA RIAU**

Tembusan :

Ditampilkan Kepada Yth :

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Walikota Pekanbaru
- Up. Kabang Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
- Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau di Pekanbaru
- Yang Bersangkutan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sumatra

- a. Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kitab atau tjiwaan suatu masalah.
3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
4. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BIOGRAFI PENULIS

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*



Penulis bernama Desi Andriani dilahirkan di Sei Langsat, 17 Januari 2001, akan ketiga dari 3 bersaudara pasangan ayahanda Mustapa dan ibunda Rawani Pasaribu. Alamat tinggal Dusun Pasar Desa Sungai Langsat, Kecamatan Pangean, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau. Penulis menyelesaikan Sekolah Dasar di SDN 018 Sungai Langsat pada Tahun 2013, kemudian penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMPN 3 Pangean dan selesai pada tahun 2016. Dan kemudian menyelesaikan pendidikan menengah atas di SMKN 2 Teluk Kuantan pada tahun 2019.

Pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Syariah dan Hukum pada prodi Ekonomi Syariah dan lulus pada April tahun 2023. Tahun 2023 penulis melanjutkan pendidikan Strata Dua (S2) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada prodi Ekonomi Syariah dan lulus pada Maret tahun 2025

UIN SUSKA RIAU