

**PENGARUH KUALITAS PRODUK HALAL TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (STUDI PADA INDUSTRI MI SOUN
DI DESA MANJUNG, NGAWEN, KLATEN)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh :

**M. ARIFIN ILHAM FATAH
NIM.21102040026**

Pembimbing :

DRS. MOKHAMMAD NAZILI, M. PD.

NIP 19630210 199103 1 002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-958/Un.02/DD/PP.00.9/07/2025

Tugas Akhir dengan judul

: PENGARUH KUALITAS PRODUK HALAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA INDUSTRI MI SOUN DI DESA MANJUNG, NGAWEN, KLATEN)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : M. ARIFIN ILHAM FATAH
Nomor Induk Mahasiswa : 21102040026
Telah diujikan pada : Rabu, 18 Juni 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang
Drs. Mohammad Nazili, M.Pd.
SIGNED
Valid ID: 687dd28abb90e



Pengaji I

Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 687ds9e48da04



Pengaji II

Dra. Nurmahni, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 687460ce9c03e



Yogyakarta, 18 Juni 2025

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 6880614b49e04

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FALKUTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274)515856
Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengkoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa saudara :

Nama : M. Arifin Ilham Fatah

NIM : 21102040026

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Industri Mie Soun Di Desa Manjung, Ngawen, Klaten)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu bidang Manajemen Dakwah.

Dengan demikian kami mengharapkan agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.

Wasalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 02 Juni 2025

Menyetujui,
Ketua Program Studi MD

Munif Solihan, MPA
NIP.19851209 201903 1 002

Pembimbing
Drs. Mokhammad Nazili, M.Pd.
NIP. 19630210 199103 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Arifin Ilham Fatah

NIM : 21102040026

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Industri Mie Soun Di Desa Manjung, Ngawen, Klaten)** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarism dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggung jawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 02 Juni 2025

Yang Menyatakan,



M. Arifin Ilham Fatah
NIM. 21102040026

HALAMAN PERSEMBAHAN

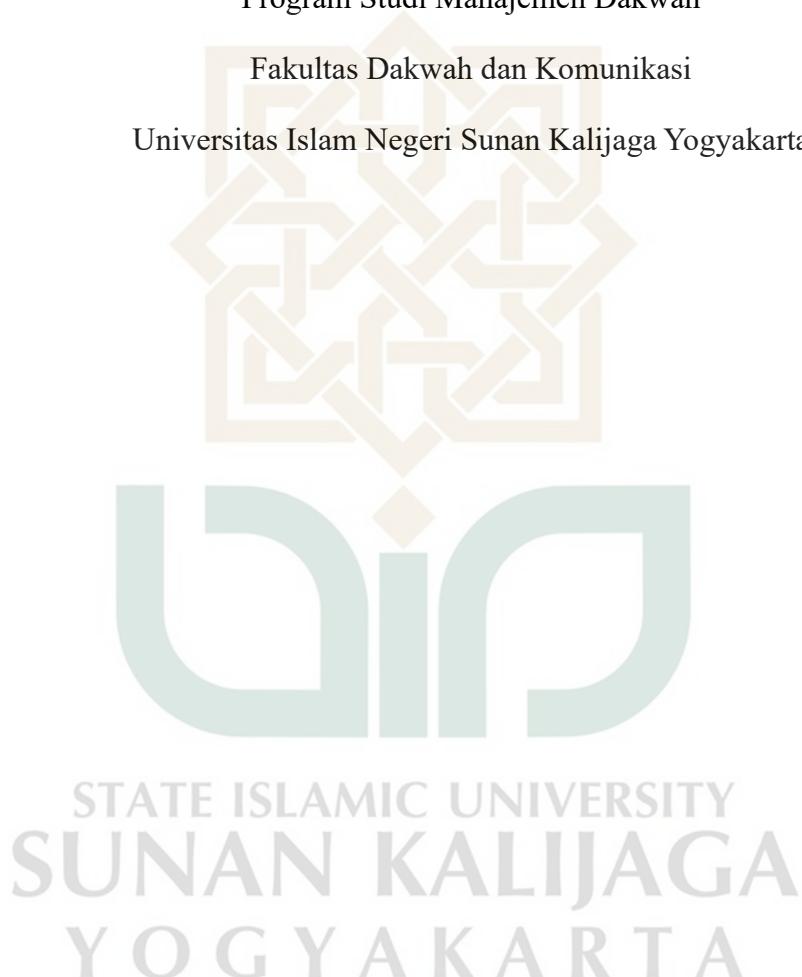
Dengan mengucap syukur kepada Allah SWT

Karya ilmiah berupa skripsi ini dengan bangga peneliti persembahkan
kepada almamater tercinta :

Program Studi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



MOTTO

وَالِّي رَبِّكَ فَارْغَبْ

“Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(Q.S Al Insyirah ayat 8)¹

كُلُّوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمُ اللَّهُ حَلَالٌ طَيْبًا وَأَتْقُوا اللَّهَ الَّذِي آتَيْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

“Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman.”

(Q.S Al Maidah ayat 88)²



¹ <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 22 Juni 2025 pukul 12.37

² <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 22 Juni 2025 pukul 12.44

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahi Rabbil 'Aalamiin, segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat, rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Industri Mi Soun Di Desa Manjung, Ngawen, Klaten)” dengan semaksimal mungkin. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Peneliti sangat menyadari skripsi ini tidak akan tersusun tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini, dengan segala hormat peneliti menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. H. Noorhaidi Hasan, M.A, M. Phil., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Munif Solihan, S.Sos.I., M.P.A, selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. H. Muhammad Irfai Muslim, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bantuan, arahan, motivasi dan dukungan dari awal hingga akhir proses perkuliahan.
5. Drs. Mokhammad Nazili, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang tulus dalam membimbing, mengarahkan, meluangkan banyak waktu, serta

memberikan masukan yang sangat berharga selama pelaksanaan skripsi dari awal sampai akhir sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar.

6. Seluruh Dosen dan Staff Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya pada Program Studi Manajemen Dakwah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, pembelajaran yang penuh keikhlasan dan kesabaran, serta pengalaman yang sangat luar biasa selama proses perkuliahan.
7. Kantor Desa Manjung atas kesempatan, kepercayaan serta izin yang telah diberikan, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan lancar hingga selesai.
8. Mas Haryono dan Mbak Erma yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Kedua orang tua tersayang yaitu Bapak Tahril dan Ibu Maryani, yang telah merawat, mendidik, serta senantiasa memberikan doa dan dukungan baik secara moral maupun materil. Semoga Ayah dan Ibu senantiasa diberi kesehatan, umur panjang, kebahagiaan, dan keberkahan dalam setiap langkah hidupnya.
10. Adik kandung peneliti, M. Lathif Munawar yang turut memberikan doa, dukungan.
11. Teman-teman desa yang selalu mendukung dan senantiasa memberikan bantuan, dukungan, semangat serta memberikan senyuman dan kekuatan untuk tetap bertahan sampai saat ini.
12. Seluruh Keluarga Besar Manajemen Dakwah angkatan 2021 yang telah menjadi bagian dari perjalanan penuh warna ini. Terima kasih atas setiap canda, tawa, semangat, kebersamaan, pengalaman dan waktunya selama perjalanan kuliah ini. Kalian bukan hanya rekan belajar, tapi juga keluarga yang menemani

langkah hingga titik ini. Terkhusus kepada Ludfi, Ikhsan, Nuruddin, Muhtarom, Akbar, Faris, Fery, Royan, Ana, Ati, Lulu, Hani, Naila, dan lainnya.

13. Keluarga Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga-Klaten (KAMUSUKA) yang telah menjadi wadah untuk berproses dalam belajar organisasi dan pengembangan diri, serta mengajarkan kebersamaan dan rasa memiliki terhadap tanah kelahiran. Terkhusus kepada Dzakwan, Eka, Rizma, Aurel, Devita, Kharisma dan lainnya.
14. Teman-teman KKN 114 kelompok 300, Ngadierjan, Pringku, Pacitan yang telah memberikan dukungan dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari perjalanan peneliti.
15. Seluruh responden penelitian yang telah mengisi kuesioner dan membantu melancarkan penelitian skripsi ini.
16. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan doa dalam proses penyusunan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, Aamiin.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga peneliti sangat mengharapkan masukan, kritik, dan saran yang membangun guna perbaikan di masa mendatang. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT.

Aamiin.

Yogyakarta, 02 Juni 2025

M. Arifin Ilham Fatah
21102040026

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh kualitas produk halal terhadap kepuasan pelanggan pada industri mi soun Di Desa Manjung. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk halal dengan tingkat kepuasan pelanggan pada industri mi soun di Desa Manjung.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 responden yang menjadi pelanggan mi soun Desa Manjung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis yang diolah dengan bantuan software IBM SPSS statistics versi 29.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diperoleh hasil R^2 dimana variabel independent (kualitas produk halal) memberikan sumbangan sebesar 57,1% dan sisanya 42,9% dijelaskan oleh variabel di luar model penelitian ini. Adapun secara parsial diperoleh nilai t hitung variabel kualitas produk halal sebesar 11,247 dengan nilai t tabel sebesar 1,661, sehingga H_1 diterima. Jadi dapat diketahui bahwa kualitas produk halal berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada industri mi soun Di Desa Manjung.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Halal, Kepuasan, Pelanggan, Mi Soun



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Kajian Pustaka.....	10
E. Kerangka Teori.....	13
F. Hipotesis.....	35
G. Sistematika Pembahasan	38
BAB II METODE PENELITIAN	
A. Jenis Analisis Penelitian.....	40
B. Sumber Data.....	41
C. Definisi Konseptual.....	42
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
E. Populasi dan Sampel	44
F. Instrumen Penelitian.....	47
G. Teknik Pengumpulan Data	49
H. Validitas dan Reliabilitas.....	50
I. Teknik Analisis Data	52
BAB III GAMBARAN UMUM	
A. Profil Desa Manjung	57

B.	Sejarah Industri Mi Soun di Desa Manjung	59
C.	Proses Pembuatan Mi soun	62
BAB IV PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Umum Responden	66
B.	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	68
C.	Uji Asumsi Klasik	71
D.	Uji Hipotesis	74
BAB V PENUTUP		
A.	Kesimpulan	79
B.	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN-LAMPIRAN		84

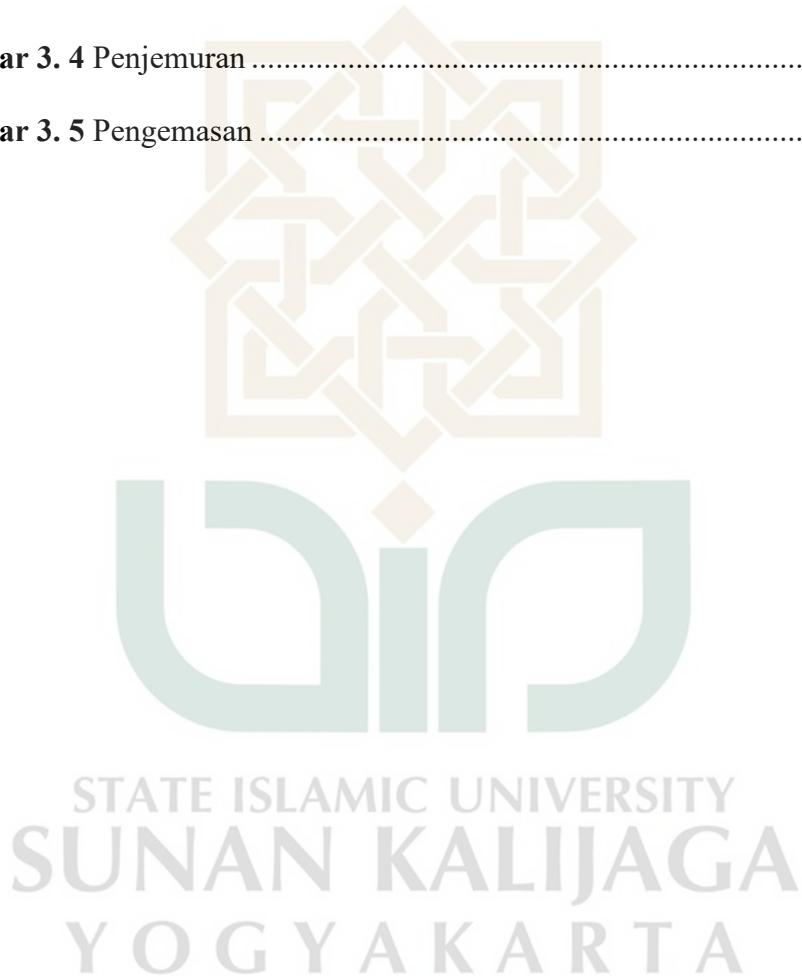


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Literatur Review	10
Tabel 2. 1 Definisi Operasional	44
Tabel 2. 2 Alternatif Jawaban Responden	47
Tabel 2. 3 Kisi-Kisi Kualitas Produk Halal	48
Tabel 2. 4 Kisi-Kisi Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk Halal	68
Tabel 4. 5 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	69
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas	70
Tabel 4. 7 Uji Normalitas <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	71
Tabel 4. 8 Uji Linieritas.....	72
Tabel 4. 9 Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	74
Tabel 4. 10 Uji t Parsial	75
Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinan	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berfikir	35
Gambar 3. 1 Pencucian Bahan Baku	63
Gambar 3. 2 Pemasakan Pati Aren	63
Gambar 3. 3 Pencetakan Adonan.....	64
Gambar 3. 4 Penjemuran	65
Gambar 3. 5 Pengemasan	65



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi yang terjadi saat ini, perusahaan didorong untuk melakukan penyesuaian perubahan pada lingkungan bisnis yang sangat cepat dan kompetitif. Perubahan teknologi yang cepat, persaingan global, dan permintaan konsumen yang terus berubah mendorong perusahaan untuk beradaptasi dan berinovasi. Adanya persaingan bisnis yang semakin ketat pada saat ini akan mendorong perusahaan untuk menciptakan produk yang berkualitas agar dapat bersaing dipasar. Perusahaan saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk mereka agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan diharuskan mampu membuat atau menjaga kualitas produk mereka dengan baik demi menarik pelanggan, agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, sehingga akan menjalin hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan.

Perusahaan industri mi saat ini banyak mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan meningkatnya permintaan pasar akan makanan praktis dan bergizi. Menurut data *World Instant Noodles Association*, Indonesia adalah negara dengan konsumsi mi terbanyak kedua di dunia pada tahun 2023. Sepanjang tahun 2023 angka konsumsi mi di Indonesia mencapai 14,54 miliar porsi.³ Tingginya permintaan mi menciptakan pasar yang semakin luas, yang

³ <https://wartaekonomi.co.id/read548504/popomi-dan-tantangan-industri-mi-di-era-kesadaran-kualitas-pangan>, diakses pada 19/02/2025 pukul 21.18.

dapat mencakup berbagai segmen, mulai dari konsumsi rumah tangga hingga sektor bisnis kuliner seperti restoran dan pedagang kaki lima. Hal ini membuka peluang besar bagi produsen mi untuk berkembang dan memperluas pangsa pasar mereka.

Penggunaan mi soun di Kabupaten Klaten tergolong tinggi karena mi soun telah menjadi bahan makanan pelengkap dalam berbagai jenis kuliner di daerah Klaten, seperti soto, bakso, hingga masakan rumahan dan menu hajatan. Selain itu, harga yang relatif terjangkau menjadikan mi soun sebagai pilihan utama masyarakat, baik untuk konsumsi rumah tangga maupun usaha kuliner. Faktor-faktor ini menjadikan konsumsi mi soun di Klaten tergolong tinggi dan berkelanjutan.

Perkembangan yang pesat ini juga diiringi dengan semakin ketatnya persaingan di antara produsen mi soun. Banyaknya merek dan variasi produk yang tersedia menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan, sehingga menciptakan tantangan tersendiri bagi perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasar. Saat ini konsumen cenderung memilih produk yang harganya murah namun memiliki kualitas yang baik. Oleh karena itu dalam kondisi persaingan yang sangat ketat ini, perusahaan harus mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya serta terus melakukan inovasi untuk menciptakan produk yang lebih unggul dan berkualitas. Perusahaan yang tidak dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen akan mengalami kegagalan dalam memenangkan persaingan pasar.

Persaingan yang semakin ketat menjadi suatu tantangan ataupun ancaman bagi para produsen mi soun. Para produsen diharuskan untuk peka terhadap perubahan atau perkembangan yang terjadi pada pasar agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Mereka juga harus memiliki strategi yang baik agar dapat memenuhi dan menanggapi tuntutan konsumen yang terus berubah. Perusahaan harus menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama agar perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang.

Menurut Kotler dan Keller dalam Komala, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.⁴ Ketika konsumen telah melakukan pembelian, maka konsumen akan melakukan penilaian sejauhmana harapan mereka bisa terpenuhi dari produk yang telah diterimanya. Jadi ketika harapan-harapan konsumen terpenuhi, maka akan tercipta kepuasan konsumen dan jika tidak terpenuhi maka konsumen akan mengalami kekecewaan.

Kepuasan pelanggan dapat terjadi dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang digunakan berdasarkan harapan mereka. Harapan itu muncul dari produk atau jasa yang telah digunakan sebelumnya serta rekomendasi dari orang lain yang sampai pada pelanggan. Penilaian dari pelanggan akan menimbulkan rasa kepuasan dan ketidakpuasan. Pelanggan akan merasa puas jika kualitas produk atau jasa yang didapatkan sesuai atau

⁴ Komala, Clara Candra, Nor Norisanti, dan Asep M. Ramdan,"Analisis Kualitas Makanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Rumah Makan," *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.3, No.2, (2019), hlm. 58-64.

bahkan melebihi dari harapan mereka. Namun sebaliknya jika kualitas produk atau jasa yang didapatkan kurang dari harapan mereka, maka pelanggan akan merasa kecewa. Dengan adanya penilaian ini perusahaan dapat mengetahui kekurangan atau kelemahan produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Perkembangan dalam industri makanan, khususnya mi soun, kualitas produk menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk yang baik seperti, rasa, tekstur, keawetan, dan kemasan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Aspek tersebut menjadi penting karena akan berhubungan dengan kebutuhan hidup masyarakat. Konsumen yang merasa puas dengan kualitas produk cenderung akan menjadi pelanggan tetap, dan bahkan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, jika kualitas produk tidak dapat memenuhi ekspektasi konsumen, mereka akan beralih keproduk pesaing yang pada akhirnya akan mempengaruhi keberlanjutan bisnis produsen.

Selain kualitas produk yang baik, hal lain yang menjadikan kepuasan pelanggan terpenuhi yaitu adanya label halal yang terdapat pada kemasan produk. Informasi tentang kehalalan suatu produk sangat berguna untuk memberikan keyakinan dan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian pada umat Islam. Kualitas produk halal akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan dan kepuasan pelanggan, meningkat bahwa di Indonesia mayoritas masyarakatnya memeluk agama Islam. Adanya jaminan halal pada suatu produk dapat menjadi salah satu keunggulan pada produk. Dengan banyaknya penduduk yang beragama Islam maka permintaan produk

halal akan meningkat, karena banyak masyarakat mencari produk untuk dikonsumsi yang sesuai dengan syariat Islam. Hal ini dikarenakan dalam Islam penganutnya harus mengkonsumsi segala sesuatu (produk) yang halal dan baik.

Agama Islam mengajarkan pada umatnya untuk selalu mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal. Hal ini sesuai dengan perintah Allah dalam surat Al-Maidah ayat 87-88, yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحِرِّكُوا طَيْبَاتٍ مَا أَحَلَ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُ الْمُعْتَدِلِينَ ﴿٨٧﴾
وَ كُلُّوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيْبًا وَأَنفُوا اللَّهُ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾⁵

Konsumen muslim akan merasa aman dan nyaman saat menggunakan produk yang sudah terjamin kehalalannya. Rasa nyaman ini dapat diartikan sebagai bentuk kepuasan dalam diri konsumen. Menurut Daga dalam Nukha menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon konsumen atas kinerja produk yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja dengan harapannya. Kepuasan konsumen bisa timbul ketika konsumen telah melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk.⁶

Pelanggan lebih cenderung puas dan bahkan melakukan pembelian berulang atas suatu produk jika kualitas produknya bagus. Sebaliknya, pelanggan akan beralih ke produk lain yang sebanding jika kualitas produk jauh

⁵ <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 22 Juni 2025 pukul 12.54.

⁶ Nukha, Zakiya Ulin, Rini Rahayu Kurniati, dan Ratna Nikin Hardati, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Herbal HPAI Di Kecamatan Poncokusumo)," *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, Vol. 10, No. 1, (2021), hlm. 78.

dari harapan. Pelanggan merupakan aset penting bagi perusahaan yang harus dijaga dan dipertahankan keberadaannya untuk mencapai keberhasilan perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Wati menyebutkan kualitas produk sebagai senjata strategis potensial, oleh karena itu hanya bisnis dengan produk terbaik yang bisa berkembang dengan cepat, untuk jangka panjang, dan lebih sukses daripada bisnis lain.⁷ Dengan memahami preferensi konsumen, perusahaan dapat menetapkan standar kualitas yang sesuai dan memastikan bahwa produk yang ditawarkan dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan tersebut. Meningkatnya persaingan yang semakin ketat mendorong setiap perusahaan untuk lebih fokus pada kebutuhan dan keinginan konsumen serta berupaya memenuhi harapan mereka dengan cara yang lebih memuaskan dibandingkan para pesaing. Pemikiran ini menjadi landasan bagi perusahaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, sekaligus menghadapi berbagai perubahan yang terjadi agar pelanggan tetap setia dan tidak beralih ke produk lain.

Industri merupakan suatu usaha atau kegiatan yang mengelolah barang mentah atau barang setengah jadi menjadi barang yang siap dipakai dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat yang dapat menguntungkan.⁸ Kegiatan

⁷ Anam, M, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Konsumen Muslim Toko Roti Purimas 3 Cake & Bakery Kedungwuni Kabupaten Pekalongan)", *Skripsi*, (UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2024), hlm. 4.

⁸ Ibrahim, Akhmadrandy, "Analisis Implementasi Manajemen Kualitas Dari Kinerja Operasional Pada Industri Ekstraktif Di Sulawesi Utara," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 4.2 (2016), hlm. 860.

industri mi soun Di Desa Manjung merupakan usaha warisan turun-temurun, karena sudah ada sejak dahulu dan pelaku usaha merupakan keturunan asli Desa Manjung. Kegiatan industri mi soun ini ada sejak tahun 1950an dan masih beroperasi sampai sekarang.

Kabupaten Klaten memiliki dua sentra industri mi soun yaitu berada Di Desa Manjung, Kecamatan Ngawen dan Desa Daleman, Kecamatan Tulung. Desa Manjung dipilih menjadi objek dalam penelitian ini karena secara historis Desa Manjung merupakan pelopor industri mi soun di wilayah Klaten. Keberadaan industri rumahan yang bertahan hingga saat ini menunjukkan bahwa Desa Manjung memiliki nilai kultural dan ekonomi yang kuat dalam pengembangan usaha mi soun. Hal ini menjadikan Desa Manjung memiliki nilai budaya dan historis yang kuat dalam perkembangan industri mi soun di Klaten.

Lamanya waktu kegiatan berjalan ternyata tidak menjamin meningkatnya daya saing yang sesuai dengan kondisi persaingan pasar pada saat ini. Kegiatan industri mulai dari produksi, pemasaran, hingga pendistribusian yang relatif masih konvensional masih lekat sekali dengan masyarakat⁹. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing yaitu dengan menjaga kualitas produk dan terus menciptakan inovasi produk untuk menjadi pembeda dan dapat menjadi keunggulan produk. Seiring meningkatkan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, produsen mi soun dituntut

⁹ Pratomo, Sigit Adhi, dan Sudiy Widodo, "Identifikasi Penggunaan Merek Kolektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Sentra Produksi Mi Soun Desa Manjung, Klaten, Jawa Tengah." *Jurnal Seminar Nasional dan The 6th Call For Syariah Paper (SANCALL)*, (2019), hlm. 625.

memberikan atau menghasilkan produk mi soun yang berkualitas, baik dari segi rasa, tekstur, keawetan serta kemasan yang telah memenuhi standar sehingga pelanggan merasakan kepuasan terhadap produk tersebut.

Produk dengan kualitas tinggi akan selalu diminati oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Saat ini, kesadaran dan ketelitian pelanggan dalam memilih produk semakin meningkat, di mana kualitas menjadi faktor utama dalam menentukan pilihan. Ketatnya persaingan juga mendorong setiap industri untuk terus menjaga kualitas serta berupaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara yang lebih memuaskan dibandingkan pesaing. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjadikan kualitas sebagai prioritas utama guna mempertahankan loyalitas pelanggan agar mereka tidak beralih ke produk lain.¹⁰

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang kualitas produk mi soun yang berada di desa Manjung dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Industri Mi Soun Di Desa Manjung, Ngawen, Klaten).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka dirumuskan suatu masalah yaitu: apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk halal dengan tingkat kepuasan pelanggan pada industri mi soun Di Desa Manjung?

¹⁰ Sari, Dita Permata, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Singkong Cipta Rasa Di Desa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan”, *Skripsi*, (Universitas Islam Riau, 2020), hlm. 21-22.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk halal dengan tingkat kepuasan pelanggan pada industri mi soun di Desa Manjung. Selain itu penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu :

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran tentang pengaruh kualitas produk halal terhadap kepuasan pelanggan, khususnya pada industri makanan seperti mi soun.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi industri mi soun

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan rekomendasi kepada produsen mi soun Di Desa Manjung untuk meningkatkan kualitas produk halal agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

b) Bagi akademisi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menambah referensi di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada Program Studi Manajemen Dakwah.

c) Bagi pembaca atau peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat untuk memperluas wawasan serta memperdalam ilmu pengetahuan mengenai kualitas produk halal dan kepuasan pelanggan.

D. Kajian Pustaka

Pada tahap ini peneliti akan melakukan peninjauan terhadap literatur yang terkait dengan penelitian guna menjadi bahan rujukan dan perbandingan. Penulis menemukan beberapa penelitian yang relevan dengan topik penelitian, adapun penelitian tersebut diantaranya :

**Tabel 1.1
Kajian Pustaka**

No.	Klasifikasi Penelitian	
1.	Jenis	Skripsi
	Peneliti	Nelli Rizayanti ¹¹
	Tahun	2021
	Obyek	Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya
	Judul	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya
	Metode	Kuantitatif
	Hasil	Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Socolatte di Pidie Jaya.
	Persamaan	Terletak pada variabel (x) yang diteliti yaitu berupa kualitas produk dan variabel (y) yaitu kepuasan konsumen.
	Perbedaan	Terletak pada variabel (x) yaitu harga.
2.	Jenis	Jurnal
	Peneliti	Rahayu Lestari dan Elwisam ¹²

¹¹ Rizayanti, Nelli, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya", *Skripsi*, (UIN Ar-Raniry, 2021), hlm. xiv.

¹² Lestari, Rahayu, dan Elwisam Elwisam, "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mi Instant Sedaap," *Jurnal Ilmu dan Budaya*, Vol .41, No. 63, (2019), hlm. 7495.

	Tahun	2019
	Obyek	Konsumen mi sedaap di Kota Depok dan Tangerang
	Judul	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Konsumen dan dampaknya pada Minat Beli Ulang Produk Mi Instan Sedaap
	Metode	Kuantitatif
	Hasil	Persepsi harga dan citra merk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mi sedaap, sedangkan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mi sedaap, kemudian kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen mi sedaap.
	Persamaan	Terletak pada salah satu variabel yang diteliti yaitu variabel (x) kualitas produk
	Perbedaan	Terdapat tambahan variabel (x) lain yaitu persepsi harga dan citra merk, serta variabel (y) yaitu minat beli ulang.
3.	Jenis	Jurnal
3.	Peneliti	Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif ¹³
3.	Tahun	2020
3.	Obyek	Konsumen Cafe Kabalu
3.	Judul	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu
3.	Metode	Kuantitatif
3.	Hasil	Kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3.	Persamaan	Terletak pada variabel (x) yang diteliti yaitu berupa kualitas produk dan variabel (y) yaitu kepuasan konsumen.
3.	Perbedaan	Terletak pada variabel (x) yaitu kualitas pelayanan, harga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
4.	Jenis	Jurnal
4.	Peneliti	Zakiya Ulin Nukha, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati ¹⁴

¹³ Mariansyah, Alvin, dan Amirudin Syarif, "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu," *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, Vol. 3, No.2, (2020), hlm. 134.

¹⁴ Nukha, Zakiya Ulin, Rini Rahayu Kurniati, dan Ratna Nikin Hardati, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Herbal HPAI Di Kecamatan Poncokusumo)," *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, Vol. 10, No. 1, (2021), hlm. 75.

	Tahun	2021
	Obyek	Konsumen produk herbal HPAI di kecamatan Poncokusumo
	Judul	Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian
	Metode	Kuantitatif
	Hasil	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh stimultan variabel sertifikasi halal, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara parsial terdapat pengaruh antara variabel sertifikasi halal dan kualitas produk baik terhadap kepuasan konsumen maupun keputusan pembelian. Namun pada variabel harga tidak terdapat pengaruh parsial.
	Persamaan	Terletak pada variabel (x) yang diteliti yaitu berupa kualitas produk
	Perbedaan	Terletak pada variabel (x) yaitu sertifikasi halal dan harga yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
5.	Jenis	Skripsi
	Peneliti	M. Syafi'ul Anam ¹⁵
	Tahun	2024
	Obyek	Konsumen Muslim Toko Roti Purimas 3 Cake & Bakery Kedungwuni Kabupaten Pekalongan
	Judul	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan
	Metode	Kuantitatif
	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan secara parsial bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan variabel labelisasi halal tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun secara simultan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan labelisasi halal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
	Persamaan	Terletak pada variabel (x) yang diteliti yaitu berupa kualitas produk dan variabel (y) yaitu kepuasan pelanggan.
	Perbedaan	Terletak pada variabel (x) yaitu kepuasan pelanggan yaitu variabel kualitas pelayanan.

¹⁵. Anam, M, "Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan labelisasi halal terhadap kepuasan pelanggan (Studi Konsumen Muslim Toko Roti Purimas 3 Cake & Bakery Kedungwuni Kabupaten Pekalongan)", *Skripsi*, (UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2024), hlm. viii.

6.	Jenis	Skripsi
	Peneliti	Dita Permata Sari ¹⁶
	Tahun	2021
	Obyek	Pelanggan keripik singkong cipta rasa di Desa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan Pelanggan Kripik Singkong Cipta Rasa di Desa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan
	Judul	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Singkong Cipta Rasa Di Desa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan
	Metode	Kuantitatif
	Hasil	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan keripik singkong cipta rasa Di Desa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan
	Persamaan	Terletak pada variabel x yang diteliti yaitu berupa kualitas produk.
	Perbedaan	Dalam penelitian Dita Permata Sari tidak menggunakan kata produk halal

E. Kerangka Teori

1. Tinjauan Kualitas Produk Halal

a. Pengertian Kualitas Produk Halal

Menurut Kotler kualitas adalah karakteristik atau kemampuan dari produk untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang ditentukan dan bersifat pasti.¹⁷ Menurut Garvin dan A. Dale Timpe dalam dita kualitas adalah keunggulan dari sebuah produk. Menurut Tjiptono dan Fandy kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauhmana produk dapat memenuhi kriteria kebutuhan pelanggan atau menilai sampai sejauhmana sifat dan karakteristik itu

¹⁶ Sari, Dita Permata, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Singkong Cipta Rasa Di Desa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan,” *Skripsi*, (Universitas Islam Riau, 2020), hlm. iii.

¹⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 143.

dapat memenuhi kebutuhannya.¹⁸ Jadi, kualitas merupakan salah satu faktor keunggulan kompetitif, karena dengan adanya kualitas yang bagus dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen produsen dapat memenangkan persaingan pasar yang semakin ketat.

Kualitas memiliki peran penting dan menjadi salah satu faktor keunggulan yang kompetitif. Pentingnya kualitas semakin terasa seiring dengan semakin ketatnya persaingan di pasar global. Ketatnya persaingan tersebut dipengaruhi oleh kemajuan pesat era globalisasi saat ini, di mana arus modal dan produk dapat bergerak bebas melintasi batas-batas negara. Kualitas produk adalah hal yang sangat penting untuk dijaga agar loyalitas pelanggan terus meningkat, sehingga reputasi perusahaan tetap terjaga dengan baik.¹⁹

Sebuah produk dianggap unggul oleh konsumen jika produk tersebut menawarkan nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Produk dianggap bernilai apabila manfaat atau kualitas yang diberikan sebanding dengan pengorbanan yang dilakukan oleh konsumen. Selain itu, sebuah produk akan dianggap lebih baik atau lebih unggul dibandingkan pesaing apabila konsumen merasa puas dengan produk yang telah digunakan.

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Andy Utama, 2000), hlm. 54.

¹⁹ Sari, Dita Permata, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Singkong Cipta Rasa Di Desa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan”, *Skripsi*, (Universitas Islam Riau, 2020), hlm. 26.

Produk menurut Kloster dan Armstrong dalam Rizayanti adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pasar. Kotler dan Keller, mengemukakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Sedangkan Tjiptono dalam Rizayanti, mengemukakan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminati, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.²⁰ Jadi, produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi atau digunakan.

Menurut Kotler dan Keller dalam Rizayanti pada saat merencanakan penawaran produk, pemasar perlu memahami lima tingkatan yaitu²¹:

- 1) Produk utama (*core benefit*), yaitu pemasar harus memahami bahwa dirinya merupakan penyedia manfaat bagi konsumen. Manfaat yang dibutuhkan akan dikonsumsi oleh konsumen dari setiap produk yang digunakan.

²⁰ Rizayanti, Nelli, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya”, *Skripsi*, (UIN Ar-Raniry, 2021), hlm. 25.

²¹ *Ibid*, hlm. 26.

- 2) Produk generik (*generic product*), yaitu pemasar mengubah manfaat utama menjadi produk dasar yang dapat dirasakan oleh panca indera sehingga dapat dikonsumsi oleh pelanggan.
- 3) Produk harapan (*expected product*), yaitu pemasar perlu menyiapkan produk layak untuk diharapkan. Produk harapan merupakan produk yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya dapat diharapkan konsumen ketika membeli produk.
- 4) Produk pelengkap (*augmented product*), adalah produk yang telah dilengkapi dengan berbagai atribut, manfaat, dan layanan tambahan guna meningkatkan kepuasan pelanggan serta membedakannya dari produk pesaing.
- 5) Produk potensial (*potential product*), mencakup segala kemungkinan pengembangan, perubahan, dan inovasi yang dapat diterapkan pada suatu produk di masa mendatang. Produk ini mencerminkan berbagai peluang untuk meningkatkan nilai dan daya saing melalui tambahan fitur atau transformasi di masa depan. yang mungkin dialami sebuah produk atau penawaran dimasa depan.

Produk adalah segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Agar dapat menarik minat pembeli, suatu produk harus memiliki keunggulan dibandingkan produk lain, baik dari segi kualitas, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, maupun rasa.²² Perusahaan juga perlu

²² *Ibid*, hlm. 25.

mengklasifikasikan produk mereka agar lebih mudah untuk melakukan pemasaran. Secara umum, pemasar menggolongkan produk berdasarkan ciri-cirinya, seperti daya tahan, wujud, dan penggunaannya (baik untuk konsumen maupun industri).

Produk bisnis adalah barang atau jasa yang dikonsumsi oleh konsumen bisnis (konsumen antara, konsumen organisasional, atau konsumen industrial) untuk keperluan selain dikonsumsi langsung. Menurut Tjiptono dan Diana, Produk bisnis atau produk industri dikelompokkan sebagai berikut²³:

1. Bahan Baku (*raw material*) Merupakan material dasar yang diolah bersama dengan bahan lain dalam proses produksi.
2. Material dan Onderdil (*fabricating material and parts*), yaitu terdiri dari bahan atau komponen yang sepenuhnya digunakan dalam pembuatan produk akhir.
3. Instalasi (*installation*) yaitu produk yang dihasilkan oleh pabrik lain untuk mendukung proses produksi selanjutnya. Biasanya pembelian instalasi memerlukan biaya yang besar dan waktu pembelian yang cukup lama, namun penggunaannya bersifat jangka panjang.
4. Perlengkapan (*accessory equipment*) yaitu barang yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi, tetapi mendukung operasional perusahaan.

²³ *Ibid*, hlm. 34.

5. MRO (*maintenance, repair, operating supplies*), merupakan barang yang digunakan untuk kebutuhan operasional perusahaan.
6. Layanan Bisnis (*business service*), yaitu produk atau jasa yang dibeli perusahaan untuk mendukung proses produksi dan operasional yang dilakukan melalui proses kontrak perjanjian.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam zahra kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan perannya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan, dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Menurut Kotler dan Keller menjelaskan bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis dari produk atau barang yang mempunyai manfaat bagi konsumen sesuai dengan kebutuhan dan harapan komsumen.²⁴

Kualitas produk halal merupakan karakteristik dan kemampuan dari sebuah produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen muslim. Produk halal dapat menjadi keunggulan kompetitif untuk memenangkan persaingan pasar. Dengan adanya jaminan halal pada sebuah produk, konsumen akan lebih tertarik pada produk tersebut apalagi di Indonesia mayoritas masyarakatnya beragama Islam, sehingga produk dapat lebih menarik kebutuhan pasar.

²⁴ Zahara, Mutiara, Nando Andreansyah, dan Relawati Relawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran KFC Lampung," *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, Vol.2, No.1, (2021), hlm. 70.

Jaminan halal pada sebuah produk dapat dilihat dari kemasan produk yang sudah mempunyai sertifikasi halal. Menurut UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) ayat 10, sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH (Badan Pengelola Jaminan Produk Halal) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI.²⁵ Tujuan dari sertifikasi halal yaitu untuk mendapatkan pengakuan secara legal bahwa produk tersebut telah memenuhi ketentuan halal.

b. Konsep Produk Halal

Jazil dalam Isnaini kata halal berasal dari kata *halla* yang berarti lepas atau tidak terikat. Sesuatu yang halal adalah yang terlepas dari ikatannya bahaya dunia dan ukhrawi.²⁶ Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam, seperti yang telah terkandung dalam firman Allah QS. Al-Maidah/5:88, yang berbunyi²⁷ :

وَكُلُّوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَنْقُوا اللَّهُ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٤﴾

Artinya : dan makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman.

²⁵ www.halalMUI.org diakses pada 11/01/2025 pukul 21.39.

²⁶ Furqon, Isnaini Nurul, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal HPAI di Boyolali dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening," *Skripsi*, (IAIN Salatiga, 2020), hlm. 24.

²⁷ <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 22 Juni 2025 pukul 13.06.

Makna dalam ayat ini Allah memerintahkan kepada hamba-Nya untuk makan rezeki yang halal dan baik, yang telah dikaruniakan-Nya kepada mereka. Halal yang dimaksud berupa halal bendanya dan halal cara memperolehnya. Sedangkan baik dapat dilihat dari segi kemanfaatannya, yaitu yang mengandung manfaat dan maslahat bagi tubuh, mengandung gizi, vitamin, protein dan sebagainya. Makanan tidak baik jika dikonsumsi akan merusak kesehatan tubuh kita. Prinsip "halal dan baik" ini harus menjadi pedoman utama dalam memilih makanan dan minuman, baik untuk diri sendiri maupun keluarga, karena apa yang dikonsumsi tidak hanya berdampak pada fisik, tetapi juga memengaruhi aspek rohani.²⁸

Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.²⁹ Hal ini sesuai dengan perintah Allah SWT dalam Al Quran surah Al Baqarah Ayat 168, yang artinya “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan, sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”³⁰ Produk yang berbahan dasar nabati secara umum dianggap halal karena berasal dari bahan alami yang tidak mengandung unsur haram. Namun, kehalalan produk tersebut dapat berubah atau tidak

²⁸ <https://quran.nu.or.id/al-maidah/88> diakses pada 11/01/2025 pukul 16.48.

²⁹ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 1 Ayat (2).

³⁰ <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 01 Juli 2025 pukul 21.12.

berlaku apabila pada proses pembuatan produk menggunakan tambahan bahan yang haram atau tidak diproses sesuai dengan syariat Islam.

Produk mi soun merupakan produk yang berbahan dasar nabati berupa pati aren, yang secara umum dianngap halal karena berasal dari bahan alami. Dalam proses pembuatannya, ada beberapa tahapan yang memerlukan tambahan bahan tertentu yaitu pada tahapan pencucian bahan baku dan penjemuran. Pada saat mencuci bahan baku, digunakan kaporit atau *klorin* untuk menghilangkan kotoran dan menjaga kebersihan. Sementara itu, pada tahap penjemuran, digunakan minyak sawit atau minyak goreng untuk melumasi loyang agar helai-helai mi soun tidak lengket pada saat pengangkatan helai mi soun yang sudah kering.

Menurut Food and Drug Administration (FDA) Amerika Serikat, yang dikutip oleh Anonim dalam oleh Ratnaningsih ambang batas penggunaan kaporit (sebagai available chlorine) per 100gram pangan sebesar 0,82gram sebagai natrium hipoklorit dan 0,36gram sebagai kalsium hipoklorit (Anonim, 2002).³¹ Penggunaan kaporit sebagai pemutih pati sagu pada pembuatan soun Di Desa Manjung sebanyak 2,5 kg untuk tiap 1 bak yang menampung 330 kg pati sagu. Banyaknya

³¹ Ratnaningsih, Nani, dan Mujiyono, "Perbaikan Kemasan Dan Pemasaran Soun Yang Berpotensi Sebagai Pangan Fungsional Di Klaten, Jawa Tengah," *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, Vol. 7, No. 5 (2023), hlm 4659.

kaporit ini masih di bawah ambang batas yang ditetapkan FDA, yaitu 2,706 kg kaporit untuk 330 kg pati.³²

c. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk, antara lain :³³

- 1) Proses pembuatan produk dan perlengkapan serta pengaturan yang digunakan dalam proses.
- 2) Aspek penjualan, jika kualitas dari produk yang dihasilkan terlalu rendah akan dapat menyebabkan berkurangnya penjualan. Sebaliknya jika kualitas dari produk yang dihasilkan terlalu tinggi akan membuat harga jual semakin mahal sehingga produk yang terjual terbatas karena kemampuan beli terbatas.
- 3) Perubahan permintaan konsumen, konsumen sering menginginkan adanya perubahan-perubahan barang yang dipakainya baik berupa kuantitas maupun kualitas.
- 4) Peranan inspeksi, membantu mengawasi atau memastikan kualitas produk sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, serta berusaha untuk memperkecil biaya produksi.

³² *Ibid*, hlm. 4659.

³³ Lestari, Rahayu, and Elwisam Elwisam, "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mi Instant Sedaap," *Jurnal Ilmu dan Budaya*, Vol. 41, No. 63, (2019), hlm. 7501.

d. Indikator Kualitas Produk

Pengukuran suatu produk yang baik dan berkualitas perlu dilakukan oleh pemilik usaha, agar produk yang dijual dapat lebih diminati konsumen. Kualitas produk sangat menentukan seseorang membeli produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Rizayanti, terdapat tiga dimensi kualitas produk yaitu sebagai berikut³⁴ :

- 1) Daya tahan, berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan produk.
- 2) Kebersihan produk, produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambahkan ketertarikan konsumen terhadap produk.
- 3) Cita rasa yang enak, merupakan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk menurut Owusu dalam Yulianto seperti dikutip dari Rizayanti ada beberapa aspek indikator kualitas produk, diantaranya adalah³⁵:

- 1) Kinerja (*performance*), meliputi karakteristik operasi dari suatu produk.

³⁴ Rizayanti, Nelli, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya", *Skripsi*, (UIN Ar-Raniry, 2021), hlm. 35.

³⁵ *Ibid*, hlm. 35.

- 2) fitur produk (*feature*) yaitu karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk.
- 3) Kesesuaian dengan sertifikasi (*conformance to specification*) kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk.
- 4) Keandalan (*reliability*), peluang suatu produk bebas dari kegagalan saat menjalankan fungsinya.
- 5) Daya tahan (*durability*), menggambarkan umur ekonomis suatu produk.
- 6) Kemampuan diperbaiki (*serviceability*) kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan suatu produk diperbaiki.

Menurut Kotler dan Keller dalam Rizayanti ada sembilan dimensi kualitas produk yaitu³⁶:

- 1) Bentuk (*form*), produk dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya bradasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.
- 2) Ciri-ciri produk (*features*), karakteristik skunder atau perlengkapan yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
- 3) Kinerja (*performance*), berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli produk.

³⁶ *Ibid*, hlm. 36.

- 4) Ketepatan/kesesuaian (*conformance*), berkaitan dengan tingkat kesesuaian dan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian mereflesikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.
- 5) Ketahanan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.
- 6) Kehandalan (*reliability*), berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
- 7) Kemudahan perbaikan (*repairability*), berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak.
- 8) Gaya (*style*), penampilan produk atau kesan konsumen terhadap produk.
- 9) Desain (*design*), keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.

Berdasarkan beberapa pendapat tentang indikator kualitas produk tersebut, maka peneliti mengambil pendapat dari Menurut Kotler dan Armstrong sebagai bahan rujukan untuk melakukan penelitian. Adapun

indikatornya yaitu : daya tahan, kebersihan produk, dan cita rasa yang enak.

2. Tinjauan Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan persamaan antara harapan dan kinerja atau hasil dari produk yang dirasakan oleh pembeli. Menurut Sumawarman dalam Nukha mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh oleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.³⁷ Jika kinerja produk tidak dapat memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa, sebaliknya jika kinerja produk memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa senang.

Ekspektasi pelanggan adalah harapan atau keyakinan dari pelanggan akan kinerja suatu produk atau jasa yang akan diterimanya jika mereka menggunakan produk atau jasa tersebut. Sementara kinerja dari produk atau jasa merupakan persepsi dari pelanggan mengenai apa yang mereka terima setelah menggunakan produk atau jasa tersebut. Ekspektasi pelanggan dapat terjadi ketika perusahaan memasarkan produk mereka serta ketika pelanggan mendapatkan rekomendasi dari orang lain. Perusahaan harus berhati-hati dalam menawarkan produk,

³⁷ Nukha, dkk "Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Herbal HPAI Di Kecamatan Poncokusumo)," *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, Vol.10, No.1, (2021), hlm. 78.

karena jika ekspektasi pelanggan tidak sesuai dengan kualitas produk, maka pelanggan akan merasa kecewa dengan produk tersebut.

Perusahaan yang memfokuskan pada kualitas dan kepuasan tinggi, maka para pelanggan akan terus memakai atau membeli produk kita. Pelanggan hanya akan mudah untuk berubah atau beralih keproduk lain jika mendapat tawaran produk yang lebih baik. Kepuasan tinggi akan menciptakan kelekatan emosional terhadap merk tertentu, bukan hanya kesukaan rasional saja, sehingga dapat menghasilkan kesetiaan konsumen yang tinggi.³⁸

Kepuasan merupakan hasil penilaian konsumen terhadap layanan yang diberikan, di mana tingkat pemenuhan kebutuhan tersebut dapat melebihi atau tidak memenuhi harapan. Dalam dunia bisnis, kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor keberhasilan dalam sebuah usaha. Hal ini disebabkan oleh kemampuan perusahaan untuk memuaskan pelanggan, yang tidak hanya meningkatkan keuntungan tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan dan dapat memperluas pangsa pasar. Apabila harapan konsumen terpenuhi maka mereka akan merasa puas, sehingga konsumen tersebut akan terus menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu otomatis produk tersebut akan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan

³⁸ Izzuddin, Ahmad, dan Muhammad Muhsin, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 6 No. 1 (2020), hlm. 75.

dapat memperoleh keuntungan dan akhirnya perusahaan akan tetap bertahan dan bahkan kemungkinan akan terus berkembang.

Kepuasan konsumen dapat dilihat dari seberapa sering konsumen membeli produk dan mengajak orang lain untuk membeli produk tersebut. Menurut Kotler dalam Rizayanti ciri-ciri konsumen yang merasa puas terhadap suatu produk, meliputi :³⁹

- 1) Loyal terhadap produk, konsumen yang puas cenderung akan loyal dimana mereka akan melakukan pembelian ulang dari produk yang sama.
- 2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, yaitu berupa rekomendasi konsumen kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal positif mengenai produk dan perusahaan.
- 3) Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain, ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan utama untuk membeli produk.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Lupiyoadi dalam Rizayanti, menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain⁴⁰:

³⁹ Rizayanti, Nelli, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya", *Skripsi*, (UIN Ar-Raniry, 2021), hlm. 14-15.

⁴⁰ *Ibid*, hlm. 16.

- 1) Kualitas produk, adalah kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya dengan baik. Pelanggan akan puas jika produk yang digunakan berkualitas baik.
- 2) Pelayanan, adalah jasa yang disampaikan oleh perusahaan yang mencakup banyak dimensi seperti kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan pada konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosi, adalah perasaan bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum pada produk yang digunakan oleh konsumen. Kepuasan yang diperoleh bukan dari kualitas dari produk tetapi dari faktor sosial misalnya harga diri, yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
- 4) Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan sebagai alat tukar untuk memperoleh barang atau jasa. Produk yang mempunyai kualitas yang sama atau bahkan lebih tinggi dari produk lain tetapi menetapkan harga yang rendah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- 5) Biaya adalah pengeluaran ataupun pengorbanan yang dikeluarkan dengan tujuan untuk memperoleh suatu produk barang maupun jasa. Konsumen yang tidak mengeluarkan biaya tambahan dan tidak perlu

membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan.

Menurut Gaspers dalam Sari faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah sebagai berikut⁴¹ :

- 1) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika mereka sedang melakukan transaksi dengan produsen atau perusahaan. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan besar, maka harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
- 2) Pengalaman masa lalu ketika menggunakan produk atau jasa. Pengalaman dari orang lain, saat mereka menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan, hal ini akan mempengaruhi keputusan pembelian terutama pada produk-produk yang dirasakan beresiko tinggi.
- 3) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat melakukan pemasaran atau penjualan sebaiknya tidak melakukan pemasaran secara berlebihan yang membuat pelanggan mempunyai ekspektasi yang sangat tinggi.

⁴¹ Sari, Dita Permata, ‘Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Singkong Cipta Rasa Di Desa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan”, *Skripsi*, (Universitas Islam Riau, 2020), hlm. 42.

c. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono mengutip dari Mowen dalam Zahara bahwa kepuasan konsumen didefinisikan sebagai bentuk sikap atau perilaku konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang telah dikonsumsi atau diperoleh, sehingga akan menimbulkan rencana untuk pembelian ulang serta menimbulkan rasa kepuasan atau ketidakpuasan. Terdapat 5 indikator untuk kepuasan konsumen, yaitu⁴²:

- 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan, yaitu melalui kinerja produk secara umum.
- 2) Dimensi kepuasan pelanggan, yaitu sebuah dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan. dimensi ini dapat digunakan untuk mengetahui jarak antara ekspektasi pelanggan dengan harapan pelanggan terhadap layanan yang mereka terima.
- 3) Konfirmasi harapan, yaitu pengukuran kepuasan secara tidak langsung yang dilakukan dengan menyimpulkan kesesuaian atau ketidakpuasan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual suatu produk.
- 4) Minat beli ulang, yaitu kepuasan yang diukur berdasarkan kesediaan/kemauan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali atas pelayanan sama yang telah dikonsumsi sebelumnya.

⁴² Zahara, Mutiara, Nando Andreansyah, dan Relawati Relawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran KFC Lampung," *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* Vol. 2, No. 1, (2021), hlm. 70.

- 5) Kesediaan untuk merekomendasikan, yaitu kepuasan yang diukur ketika pelanggan melakukan marketing secara tidak langsung kepada seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ia gunakan/konsumsi.

Menurut Stella Lucia Indrata, dkk dalam Komala menyatakan bahwa atribut pembentukan kepuasan terdiri dari⁴³ :

- 1) Kesesuaian harapan, yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan dan dengan apa yang dirasakan oleh konsumen.

Tjiptono menjelaskan aspek kesesuaian harapan meliputi :

- a) Suatu produk yang diperoleh dengan sesuai atau melebihi yang diharapkan.
- b) Pelayanan oleh pegawai yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

- 2) Minat berkunjung kembali, yaitu kesedian konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait. Menurut Tjiptono indikator minat berkunjung kembali, meliputi :

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh pegawai memuaskan.

⁴³ Komala, Clara Candra, Nor Norisanti, dan Asep M. Ramdan, "Analisis Kualitas Makanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Rumah Makan," *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 2, (2019), hlm. 60.

- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- 3) Kesediaan merekomendasikan, yaitu kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga. Menurut Tjiptono aspek kesediaan merekomendasikan, meliputi:
- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Menurut Tjiptono dalam Rizayanti indikator kepuasan konsumen, sebagai berikut⁴⁴:

- 1) Barang dan jasa berkualitas, berupa produk berkualitas baik dan layanan prima.
- 2) Hubungan pemasarann, yaitu upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para konsumen.

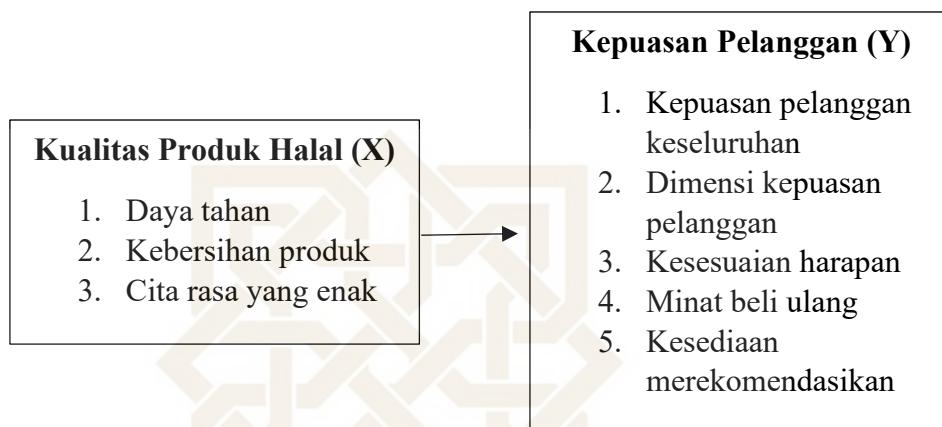
⁴⁴ Rizayanti, Nelli, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya”, *Skripsi*, (UIN Ar-Raniry, 2021), hlm. 22-23.

- 3) Program promosi loyalitas, yaitu memberikan semacam penghargaan kepada konsumen.
- 4) Fokus pada konsumen terbaik, berfokus pada 20 persen dari konsumen yang secara rutin mengkonsumsi 80 persen dari penjualan.
- 5) Sistem penanganan *complain* secara efektif, berupa sistem penanganan *complain* yang efektif.
- 6) Jaminan tanpa syarat, yaitu janji eksplisit atau keterbukaan yang disampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan bakal mereka terima.
- 7) *Program pay-for-performance*, yaitu program kepuasan konsumen tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi.

Berdasarkan beberapa pendapat tentang indikator kepuasan pelanggan tersebut, maka peneliti akan mengambil pendapat dari Tjiptono yang mengutip dari Mowen. Adapun indikatornya yaitu, kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, minat beli ulang, dan kesediaan merekomendasikan.

3. Kerangka Berfikir

**Gambar 1.1
Kerangka Berfikir**



F. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau asumsi sementara untuk membantu peneliti dalam memprediksi hal-hal yang mungkin terjadi. Adapun hipotesis pada penelitian ini yaitu: Pengaruh kualitas produk halal terhadap kepuasan pelanggan pada industri mi soun di Desa Manjung.

Di era modern saat ini persaingan didunia bisnis sangat ketat, hal ini menjadikan perusahaan harus menjaga loyalitas pelanggan agar dapat terus bersaing didunia pasar. Salah satu cara untuk mendapatkan loyalitas pelanggan adalah dengan memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, Lupiyoadi menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, antara lain: kualitas produk, kualitas pelayanan,

emosional, harga, biaya. Hal ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya diantaranya :

- a. Skripsi oleh Dita Permata Sari yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Singkong Cipta Rasa Di Desa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan” yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Keripik Singkong Cipta Rasa didesa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan.⁴⁵
- b. Skripsi oleh Nelli Rizayanti yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya” yang menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Socolatte di Pidie Jaya.⁴⁶
- c. Skripsi oleh Yola Adiartanti yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga” yang dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan label halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.⁴⁷

⁴⁵ Sari, Dita Permata, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Singkong Cipta Rasa Di Desa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan”, *Skripsi*, (Universitas Islam Riau, 2020), hlm. iii.

⁴⁶ Rizayanti, Nelli, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya”, *Skripsi*, (UIN AR-RANIRY, 2021), hlm. xiv.

⁴⁷ Yola, Adiartanti, Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga, *Skripsi*, (UIN Prof. KH Syaifuddin Zuhri, 2023), hlm. vi.

- d. Jurnal oleh Faizal Hamzah dan Fadli Ariesta yang berjudul “Pengaruh Kualitas dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Kuswini Catering Bandung” yang menghasilkan bahwa kualitas produk dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kuswini Catering Bandung.⁴⁸
- e. Jurnal oleh Monica Maria dan Mohamad Yusak yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake” penelitian tersebut menghasilkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen King Cake. Namun pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan nilai yang lebih signifikan terhadap kepuasan konsumen daripada kualitas produk.⁴⁹

Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan suatu hipotesis sebagai berikut :

H_1 = kualitas produk halal secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada industri mi soun di Desa Manjung.

H_0 = kualitas produk halal secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada industri mi soun di Desa Manjung.

⁴⁸ Hamzah, Faizal, dan Fadli Ariesta, "Pengaruh kualitas dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen di kuswini catering bandung," *Jurnal Sains Manajemen*, Vol.4, No.1, (2022), hlm. 26.

⁴⁹ Maria, Monica dan Mohamad Yusak Anshori, "Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen King Cake," *Jurnal Manajemen teori dan terapan*, Vol.6 No.1, (2013), hlm. 1.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian jenis penelitian, sumber data, definisi konseptual, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data yang dilakukan penelitian ini.

BAB III GAMBARAN UMUM

Bab ini berisi deskripsi mengenai objek penelitian yaitu industri mi soun di Desa Manjung. Adapun pada bab ini diuraikan mengenai profil Desa Manjung dan sejarah industri mi soun Desa Manjung.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi paparan data yang disajikan secara deskriptif sesuai dengan berbagai pernyataan atau pertanyaan dari peneliti dan hasil dari analisis data. Paparan data diperoleh dari metode pengumpulan data, dan hasil analisis data dari peneliti. Pada hasil penelitian disajikan berbagai hasil pengujian diantaranya:

validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji regresi linier sederhana, uji t parsial, dan uji koefisien determinasi). Pada bab ini juga membahas mengenai karakteristik responden, seperti informasi mengenai usia, jenis kelamin, dan lain sebagainya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran atau rekomendasi berdasarkan pada analisis dalam penelitian ini. Kesimpulan menyajikan secara singkat hasil dari penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Saran-saran disusun berdasarkan hasil penelitian dan berisi rekomendasi mengenai langkah-langkah yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait.

Saran ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu: (1) saran untuk memperluas hasil penelitian, seperti rekomendasi untuk melaksanakan penelitian lanjutan, dan (2) saran untuk merumuskan kebijakan dalam bidang-bidang yang terkait dengan masalah atau fokus penelitian yang telah dilakukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka yang menjadi kesimpulan pada penelitian ini adalah kualitas produk halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada industri mi soun di Desa Manjung. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 11,247 dengan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi sebesar 1,203. Selain itu dari hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk halal memberikan sumbangan sebesar 57,1% dan sisanya 42,9% merupakan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi industri mi soun, diharapkan dapat terus menjaga dan meningkatkan kualitas produknya melalui berbagai cara seperti melakukan perbaikan kemasan dan pemberian label yang mencantumkan informasi gizi, berat bersih, tanggal produksi, dan kedaluwarsa sehingga akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk mi soun yang dihasilkan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Besarnya sumbangan variabel kualitas produk halal terhadap kepuasan pelanggan adalah 57,1%. Sedangkan

sisanya sebesar 42,9% merupakan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Peneliti selanjutnya dapat menganalisis faktor-faktor lain seperti faktor kualitas pelayanan, harga, pemasaran dan lain sebagainya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: Syakir Media Press, 2021).
- Anam, M, "Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan labelisasi halal terhadap kepuasan pelanggan (Studi Konsumen Muslim Toko Roti Purimas 3 Cake & Bakery Kedungwuni Kabupaten Pekalongan)", *Skripsi*, (UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2024).
- Fandy, Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Andy Utama, 2000).
- Furqon, Isnaini Nurul, "Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal HPAI di Boyolali dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening", *Skripsi*, (IAIN Salatiga, 2020).
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro, 2012).
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmia Andriani, Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020).
- Ibrahim, Akhmadrandy, "Analisis Implementasi Manajemen Kualitas Dari Kinerja Operasional Pada Industri Ekstraktif Di Sulawesi Utara," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 4.2 (2016).
- Ibrahim, Andi dan Asrul Haq Alang, dkk, *Metodologi Penelitian*, (Makassar: Gunadarma Ilmu, 2018).
- Izzuddin, Ahmad, and Muhammad Muhsin, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol.6, No.1, (2020).
- Komala, Clara Candra, Nor Norisanti, dan Asep M. Ramdan. "Analisis Kualitas Makanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Rumah Makan." *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.3, No.2, (2019).
- Lestari, Rahayu, dan Elwisam Elwisam. "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mi Instant Sedaap." *Jurnal Ilmu dan Budaya*, No.41, Vol.63, (2019).
- Machali, Imam, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Program Studi MPI UIN Sunan Kalijaga, 2016).

- Maria, Monica dan Mohamad Yusak Anshori. "Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen King Cake." *Jurnal Manajemen teori dan terapan*, Vol.6, No.1 (2013).
- Mariansyah, Alvin, and Amirudin Syarif. "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu." *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, Vol.3, No.2, (2020).
- Muttaqiiin, Muhammad Ambyah, "Keberlangsungan Industri Mi Soun di Desa Manjung Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten", (*Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019).
- Nukha, Zakiya Ulin, Rini Rahayu Kurniati, dan Ratna Nikin Hardati. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Herbal HPAI Di Kecamatan Poncokusumo)," *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, Vol.10, No.1, (2021).
- Oktaviani, Ika Dwi, "Pengendalian Mutu Mi Soun" Topeng Marem" Di Desa Manjung Kecamatan Klaten Tengah, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah," *Tugas Akhir*, (Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2011).
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012).
- Pratomo, Sigit Adhi, dan Sudiyo Widodo, "Identifikasi Penggunaan Merek Kolektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Sentra Produksi Mi Soun Desa Manjung, Klaten, Jawa Tengah." *Jurnal Seminar Nasional dan The 6th Call For Syariah Paper (SANCALL)*, (2019).
- Priyatno, Duwi, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013).
- Purnomo, Rochmat Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: WADE Group, 2016).
- Ratnaningsih, Nani, dan Mujiyono Mujiyono, "Perbaikan Kemasan Dan Pemasaran Soun Yang Berpotensi Sebagai Pangan Fungsional di Klaten, Jawa Tengah," *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, Vol.7, No.5, (2023).
- Rizayanti, Nelli, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya", *Skripsi*, (UIN Ar-Raniry, 2021).
- Sari, Dita Permata, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Singkong Cipta Rasa Di Desa Air Emas Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan", *Skripsi*, (Universitas Islam Riau, 2020).

Sugiyono dan Puji Lestari, *Metode Penelitian Komunikasi: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional*, (Bandung: Alfabeta, 2021).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2018).

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, cet. 18, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013).

Sukandarrumidi, *Metode Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012).

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 1 Ayat (2).

Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan, *SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*, ed.2, (Jakarta: Salemba Infotek, 2014).

Yola, Adiartanti, Pengaruh Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Inlander Kopi Kecamatan Kemangkon Kabupaten Purbalingga, *Skripsi*, (UIN Prof. KH Syaifuddin Zuhri, 2023).

Zahara, Mutiara, Nando Andreansyah, dan Relawati Relawati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran KFC Lampung." *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, Vol.2, No.1, (2021).

<https://bisnisukm.com/>

<https://id.wikipedia.org/>

<https://quran.kemenag.go.id/>

<https://quran.nu.or.id/al-maidah/88>

<https://solopos.espos.id/>

<https://wartaekonomi.co.id/read548504/popomi-dan-tantangan-industri-mi-di-era-kesadaran-kualitas-pangan>

<https://www.youtube.com/watch?v=fcMwCc8pBeQ>

www.halalMUI.org

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	85
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI FREKUENSI.....	91
LAMPIRAN 3 UJI INSTRUMEN VARIABEL SETELAH UJI COBA	102
LAMPIRAN 4 UJI PRASYARAT ANALISIS	105
LAMPIRAN 5 DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN	108
LAMPIRAN 6 SURAT PERIZINAN PENELITIAN.....	110
LAMPIRAN 7 SERTIKAT-SERTIFIKAT	113
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	86

