

**ANALISIS TINGKAT KESADARAN KONSUMEN
ATAS PRODUK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI ICHIBAN SUSHI MALL BOEMI KEDATON
BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

**DWI SUSANTI
1612110374**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2020

**ANALISIS TINGKAT KESADARAN KONSUMEN
ATAS PRODUK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI ICHIBAN SUSHI MALL BOEMI KEDATON
BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI
Pada Program Studi manajemen
IIB Darmajaya Bandar Lampung



Disusun Oleh :

**DWI SUSANTI
1612110374**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2020



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi atau karya yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggung jawaban sepenuhnya berada di pundak saya.

Bandar lampung, 06 Februari 2021

Dwi Susanti
NPM. 1612110374

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS TINGKAT KESADARAN KONSUMEN ATAS PRODUK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ICHIBAN SUSHI MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG.**

Nama Mahasiswa : **DWI SUSANTI**

NPM : **1612110374**

Program Studi : **S1 MANAJEMEN**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Penutup Studi guna mencapai gelar **SARJANA EKONOMI** pada Program Studi Manajemen Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya.

Bandar Lampung,.....2021

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi,

Viola De Yusa,S.E.,MM
NIK. 14190417

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen,

Aswin, S.E., M.M.
NIK. 101906

HALAMAN PENGESAHAN

Pada hari tanggal ruang oleh diselenggarakan Sidang Skripsi dengan judul
“ANALISIS TINGKAT KESADARAN KONSUMEN ATAS PRODUK
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ICHIBAN SUSHI
MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG” untuk memenuhi
sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar SARJANA EKONOMI,
bagi mahasiswa

Nama Mahasiswa : **DWI SUSANTI**

NPM : 1612110374

Program Studi : **S1 Manajemen**

Dan telah dinyatakan **LULUS** oleh dewan penguji yang terdiri dari :

<u>Nama</u>	<u>Status</u>	<u>Tanda tangan</u>
1. M. Rafiq, S.E.,M.Si	Penguji I
2. M.Saputra,S.E.,M.M	Penguji II

Dekan Fakultas Ekonomi&Bisnis IIB Darmajaya

Dr.Faurani I Santi Singa gerda,S.E., M.Sc
NIK 30040419

RIWAYAT HIDUP

I. Identitas

- a. Nama : Dwi Susanti
- b. Tempat Tanggal Lahir: Kahuripan Jaya, 23 mei 1997
- c. Jenis Kelamin : Perempuan
- d. Status : Belum Menikah
- e. Agama : Islam
- f. Alamat : JL. Lintas Timur, Tulang Bawang
- g. Kewarganegaraan : Indonesia
- h. Nomor Handphone : 081369440662
- i. E-mail : dwisusanti230597@gmail.com

II. Nama Orang Tua

- a. Ayah : Sawiyo
- b. E-mail : Sunarti

III. Riwayat Pendidikan

- a. Tahun 2009 lulus dari SD Negeri 01 kahuripan Jaya
- b. Tahun 2012 lulus dari SMP Negeri 01 Banjar Baru
- c. Tahun 2015 lulus dari SMA Negeri 01 Pagar Dewa

Demikian ini saya menyatakan bahwa keterangan yang saya sampaikan diatas adalah benar

Bandar Lampung, 06 Februari 2021

Dwi Susanti
NPM. 1612110374

PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur kepada Allah SWT atas terselesaikannya penulisan skripsi ini, kupersembahkan karya kecilku ini kepada :

*Kedua Orang Tuaku Tercinta
Bapak Sawiyo dan Ibu Narti*

Yang telah memberikan Dukungan, Bimbingan, Arahannya dan selalu berdoa untuk keberhasilan anak-anakmu terimakasih untuk semua pengorbananmu.

*Kakak-kakakku tercinta
Briptu Agus Suherman, S.Kep. NS
dan Destri Fiya Dewi, Amd. Keb*

Yang Telah memberikan Dukungan, Keceriaan dan Banyak Pengorbanan untuk adik perempuan satu-satunya ini.

*ponakan Aunty
Arsakha Firendra Suherman*

Yang telah mengisi keceriaan hari-hariku dan memberi semangat dalam hidup serta yang telah menunggu keberhasilanku.

MOTTO

*“Tiada daya dan kekuatan kecuali dengan kekuatan Allah,
karena bersama kesulitan pasti ada kemudahan”*

(Dr. Aidh AL-QORNI)

*Karena tidak ada kesuksesan tanpa sekaan air mata dan
tangisan bahagia*

(Dwi Susanti)

ABSTRAK
ANALISIS TINGKAT KESADARAN KONSUMEN
ATAS PRODUK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI ICHIBAN SUSHI MALL BOEMI KEDATON
BANDAR LAMPUNG

Oleh:

DWI SUSANTI

Penelitian ini dilatarbelakangi dari makanan di Indonesia sangat bervariasi, dengan berbagai pangsa pasar yang banyak, perusahaan membuat berbagai variasi makanan berdasarkan ekonomi kalangan menengah keatas maupun kebawah. Tetapi disisi lain kesadaran masyarakat keberagaman umat islam diberbagai Negara termasuk di Indonesia sendiri akhir-akhir ini semakin tumbuh dan meningkat. Sebagai salah satu konsekuensi logis, setiap timbul penemuan, persoalan, maupun aktifitas baru sebagai produk makanan dari kemajuan tersebut dalam pandangan ajaran dan hukum islam. Salah satu masalah yang muncul adalah kehalalan produk ichiban sushi. Rumusan masalah penelitian ini adalah Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan cara mengenai suatu kenyataan empiris dari objek yang dijadikan penelitian yang menggunakan tehnik *Field Research* (penelitian lapangan) penelitian dalam kanca kehidupan yang sebenarnya dengan datang langsung, mengunjungi, mempelajari dan melakukan wawancara beserta observasi pada konsumen ichiban sushi mbk lampung.

Berdasarkan penelitian di ichiban sushi mall boemi kedaton lampung Perilaku konsumen ichiban sushi mall boemi kedaton dalam membeli produk cenderung karena gaya hidup yang dipengaruhi oleh ajakan orang lain, konsumen tidak mengetahui bahwa logo halal dalam produk ichiban tidak ada, konsumen diharapkan untuk lebih bijak dalam membeli makanan, serta membangkitkan kesadaran untuk mengetahui bagaimana cara membedakan produk yang baik dan halal.

Kata kunci : perilaku konsumen, Keputusan Pembelian sushi ichiban, produk halal

ABSTRACT
ANALYSIS OF CONSUMER AWARENESS ON THE HALAL PRODUCTS
TO PURCHASING DECISIONS IN ICHIBAN SUSHI MALL BOEMI
KEDATON BANDAR LAMPUNG

By:
DWI SUSANTI

Food in Indonesia is very varied with a large number of market segments. The companies make a variety of food variations based on the economy of the middle to upper and lower level. On the other hand, public awareness of the diversity of Muslims in various countries including Indonesia has recently grown and increased. As a logical consequence, every discovery, problem, or new activity arises as a food product from these advances in the view of Islamic teachings and law. One of arises problem is the halal label of ichiban sushi products. The formulation of the research problem was the level of consumer awareness of halal products on purchasing decisions in Ichiban Sushi Mall BoemiKedaton, Bandar Lampung.

This type of research used descriptive qualitative research. It was used as an empirical reality of the object. It used research using Field Research techniques. The data was collected by coming directly, visiting, studying and conducting interviews along with observations on consumers in ichiban sushi Mall BoemiKedaton Bandar Lampung.

The result of the research stated that the consumer behavior of Ichiban Sushi Mall BoemiKedaton in buying products tended to be affected by other people's requests. Furthermore, the consumers did not know that the halal logo in Ichiban products did not exist. Moreover, the consumers were expected to be wiser in buying food, and raise awareness to know how to distinguish good and halal products.

Keywords: Consumer Behavior, Ichiban Sushi's Purchasing Decision, Halal Products

PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirrabbi'l'aalamin, segala puji hanyalah milik Rabb semesta alam Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Tingkat kesadaran konsumen atas produk halal terhadap keputusan pembelian di ichiban sushi mall boemi kedaton Bandar Lampung”. Adapun maksud penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Program Studi manajemen, IIB Darmajaya Bandar Lampung. Terimakasih Kepada :

1. Bapak Ir. Firmansyah YA, MBA., MSc., selaku Rektor IIB Darmajaya Bandar Lampung.
2. Bapak Dr. RZ. Abdul Aziz, M.T., selaku Wakil Rektor I IIB Darmajaya Bandar Lampung.
3. Bapak Ronny Nazar, S.E., selaku wakil Rektor II IIB Darmajaya Bandar Lampung.
4. Bapak Muprihan Thaib, S.Sos., M.M., selaku Wakil Rektor III IIB Darmajaya Bandar Lampung.
5. Bapak Prof. Dr. Hi. Bustami RA. Rosyadi M.S., selaku Wakil Rektor IV IIB Darmajaya Bandar Lampung.
6. Ibu Faurani I Santi Singagerda, S.E., M.Sc., selaku Dekan IIB Darmajaya Bandar Lampung.

7. Ibu Faurani I Santi Singagerda, S.E., M.Sc., selaku Dekan IIB Darmajaya Bandar Lampung.
8. Ibu Aswin, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan IIB Darmajaya Bandar Lampung.
9. Ibu Viola De Yusa, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu dan tenaganya untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Bapak M. Rafiq, SE.M.Si & Bapak M. Saputra, S.E., M.M selaku pembahas seminar dan penguji sidang skripsi yang telah memberikan nilai dan ilmu pengetahuan serta membantu menyelesaikan skripsi penulis.
11. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar terutama jurusan manajemen yang telah membagi ilmu dan pengetahuan mereka yang bermanfaat kepada penyusun dalam pembelajaran.

Allah SWT sajalah yang dapat memberikan balasan atas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Tidak sedikit kekurangan dan kelemahan yang ada di dalamnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi sempurnanya skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, Februari 2021
Penulis

Dwi Susanti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL 2	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK.....	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR DIAGRAM.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR PUSTAKA	
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang dan Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.3.1 Ruang Lingkup Subyek	5
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	5
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian	5
1.3.3 Ruang Lingkup Waktu Penelitian	5
1.3.3 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Bagi Penulis	6
1.5.2 Bagi IIB Darmajaya.....	6
1.5.3 Bagi restoran Ichiban.....	6
1.6 Sistematika Penelitian.....	7

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1 Halal Labeling Produk.....	9
2.1.1 Pengertian Halal labeling Produk	9
2.1.2 Pengertian Halal Sertifikasi.....	10
2.1.3 Pengertian Kesadaran Halal	10
2.2 Perilaku Konsumen	11
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.2.2 Faktor Perilaku Konsumen.....	11
2.3 Kualitas Produk.....	14
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.3.2 Klasifikasi Produk.....	14
2.4 Promosi Pemasaran	15
2.4.1 Pengertian Promosi Pemasaran	15
2.5 Keputusan Pembelian	15
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	15
2.5.2 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	16
2.5.3 Tahap Keputusan Pembelian	17
2.6 Produk Halal Labeling Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.7 Penelitian Terdahulu.....	19
2.8 Kerangka Pemikiran	20

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Sumber Data Penelitian	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	26
3.3.1 Metode Observasi	26
3.3.2 Metode Wawancara	27
3.3.3 Metode Dokumentasi	27
3.4 Teknik Penjamin Keabsahan Data	28
3.5 Teknik Analisa Data.....	29
3.5.1 Reduksi Data	30
3.5.2 Penyajian Data.....	30
3.5.3 Penarikan Kesimpulan	31

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Hasil Wawancara Terbuka.....	33
4.1.2 Hasil Wawancara Tertutup.....	34
4.2 Pembahasan	35
4.2.1 Hasil Wawancara	35
4.2.2 Hasil Observasi.....	52

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4.1 Nama Subyek.....	33
Tabel 4.2 Jawaban Responden Terhadap Produk Halal	34
Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap Keputusan Produk	35
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Perbedaan produk halal .	36
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Kehalalan Produk.....	37
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Keputusan Membeli	37
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Lama Mengkonsumsi	38
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Kesesuain Harga	39
Tabel 4.9 Jawaban Responden Terhadap Perbandingan Produk	40
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Perbandingan Produk ..	41
Tabel 4.11 Jawaban Responden Terhadap Keputusan Membeli	42
Tabel 4.12 Jawaban Responden Terhadap Ketertarikan Produk	43
Tabel 4.13 Jawaban Responden Terhadap Kemasan Produk	44
Tabel 4.14 Jawaban Responden Terhadap Trend Produk	45
Tabel 4.15 Jawaban Responden Terhadap Pengaruh Konsumen ...	46
Tabel 4.16 Jawaban Responden Terhadap Pengaruh Orang Lain ..	47
Tabel 4.17 Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Produk	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Keputusan Membeli.....	17
Gambar 2.2 Alur Kerangka Pikir	21

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Tingkat Kesadaran Konsumen	50
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 2.1 Tahap Keputusan Membeli.....	17
Gambar 2.2 Alur Kerangka Pikir	21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Di era modern ini, Indonesia telah berkembang dengan munculnya berbagai waralaba, bisnis waralaba makanan di Indonesia tumbuh dengan cepat. Faktor-faktor yang mendorong pertumbuhan tersebut merupakan karakteristik spesifik dari waralaba itu sendiri, kenaikan permintaan pasar, ketersediaan tenaga kerja terampil, tingginya pengembalian investasi dan faktor internal seperti motivasi, kepribadian dan perubahan gaya hidup. Di era sekarang ini banyak orang meninggal pada usia muda dengan berbagai komplikasi penyakit. Menurut WHO, 70% kematian di usia dini disebabkan oleh penyakit stroke, jantung, diabetes, dan kanker. Setengah dari jumlah ini terikat dengan pola makan yang kurang baik.

Pada saat ini makanan di Indonesia sangat bervariasi, dengan berbagai pangsa pasar yang banyak, perusahaan membuat berbagai variasi makanan berdasarkan ekonomi kalangan menengah keatas maupun kebawah. Tetapi disisi lain kesadaran masyarakat keberagaman umat islam diberbagai Negara termasuk di Indonesia sendiri akhir-akhir ini semakin tumbuh dan meningkat. Sebagai salah satu konsekuensi logis, setiap timbul penemuan, persoalan, maupun aktifitas baru sebagai produk makanan dari kemajuan tersebut dalam pandangan ajaran dan hukum islam.

Membanjirnya berbagai produk makanan dan minuman pada saat ini, sejalan dengan ajaran islam, umat islam menghendaki agar makanan yang dikonsumsi dijamin kehalalan dan kesuciannya. Saat ini halal labeling pada produk tidak lagi murni soal agama, tetapi kini menjadi simbol global untuk jaminan kualitas dan jaminan gaya hidup dibidang bisnis dan perdagangan. Halal adalah dalam istilah Arab yang berarti “diizinkan”, yang mengacu pada apapun yang diizinkan di bawah islam. Pentingnya mengkonsumsi pangan halal bagi masyarakat muslim telah dicantumkan dalam Alqur’an sebagai rujukan tertinggi. Pola konsumsi ini diatur dalam ajaran islam yang disebut syariah. Dalam ajaran syariah, tidak diperbolehkan bagi umat islam untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena mengandung zat atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran tersebut.

Oleh karena itu sertifikasi halal labeling produk akan dipandang sebagai alat yang kuat untuk menghadapi kompetisi produk yang semakin ketat di era saat ini. Adanya sertifikasi halal akan menumbuhkan kepercayaan bagi setiap konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Sertifikasi sebagai bentuk jaminan yang dapat diandalkan seperti yang dikeluarkan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia), para pemasar harus meningkatkan produk daya saing salah satunya adalah makanan dan minuman halal. Oleh karena itu sertifikasi dapat menjadi rujukan kualitas produk. Dalam menghadapi persaingan tidak harga yang murah dan tempat yang nyaman, akan tetapi juga tentang kualitas produk.

Sebagai Negara dengan jumlah umat islam terbesar di dunia, konsumen masih belum memiliki kesadaran yang tinggi soal makanan dan minuman yang berlabel halal. Oleh sebab itu kesadaran menjadi harapan yang disandarkan pada konsumen muslim di Indonesia. Dengan adanya kesadaran yang tinggi akan makanan berlabel halal tersebut diharapkan dapat mendorong produsen untuk lebih peduli akan makanan halal. Dimana pada akhirnya diharapkan kehalalannya dapat menjadi hal yang mutlak bagi produsen untuk semua jenis makanan yang ditunjukkan pada konsumen. Dan jika produk tersebut memiliki kehalalan yang jelas pada label dan mengandung bahan yang aman bagi konsumen khususnya umat muslim. Melihat fenomena yang berkembang pada akhir-akhir ini mengenai keputusan pembelian pada produk makanan jepang yang mengarah pada label halal , dan pada akhirnya konsumen menyatakan bahwa kehalalan atau halal label suatu produk makanan dan minuman perlu dipertimbangkan dalam keputusan pembelian konsumen.

Konsumen melakukan keputusan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya. Sebelum memutuskan untuk membeli makanan dan minuman biasanya hal yang dilakukan oleh konsumen adalah untuk mencari kejelasan informasi produk makanan dan minuman tersebut baik itu tentang merek, status kehalalan, promosi maupun tentang kualitas produk makanan dan minumannya.

Di Indonesia Ichiban Sushi adalah Restoran dengan menu masakan Jepang *full-service* dengan jumlah outlet terbanyak di Indonesia, yang telah hadir lebih dari dua dekade. Hidangan utama di restoran Ichiban Sushi adalah *sushi roll*, namun mereka juga menyajikan hidangan-hidangan Jepang lainnya yang disesuaikan dengan selera masyarakat Indonesia. Restoran Ichiban Sushi diambil dari bahasa Jepang yang berarti “Sushi Nomor Satu”. Ichiban Sushi didirikan pada tahun 1995 di Food Court Plaza Senayan. Sampai pada pertengahan tahun 2018, Ichiban Sushi memiliki lebih dari 70 outlet restoran yang tersebar hampir di 32 kota di Indonesia.

Salah satunya yaitu yang berada di Bandar Lampung , Ichiban Sushi merupakan salah satu dari banyak outlet restoran cepat saji yang terkenal terletak di dalam Mall Boemi Kedaton (MBK) yang memberikan keuntungan tersendiri, karena saat orang-orang didalam mall merasa lapar mereka tidak perlu lagi untuk keluar mencari restoran cepat saji lainnya. Ini merupakan strategi Ichiban Sushi yang bagaimana mereka menempatkan diri mereka dalam kerumunan.

Dengan tingkat peminat yang tinggi dan dilandasi meningkatnya tingkat penyakit di indonesia yang banyak berasal dari makanan yang tidak baik atau halal,maka perlu untuk mengadakan penelitian tentang“**Analisis Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :“Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini dapat terarah dan memberikan hasil yang maksimal, maka peneliti mengarahkan dan memfokuskan pada beberapa batasan terhadap penelitian yang akan dilakukan, diantaranya :

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di ichiban sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek dalam penelitian ini Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Ichiban Sushi.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di restoran ichiban sushi Boemi Kedaton Mall, Jl. Teuku Umar Jl. Sultan Agung No.1, Kedaton, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung 35132 tahun 2020.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan November 2020 sampai dengan bulan Desember 2020.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup penelitian ini adalah manajemen pemasaran yang mencakup tentang keputusan pembelian konsumen.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Bagi Penulis

Hasil dari penelitian untuk menyelesaikan pendidikan saya di jenjang sarjana, menambah pengetahuan, pemahaman peneliti mengenai Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

1.5.2 Bagi IIB Darmajaya

Penelitian ini dapat menambah koleksi dibidang manajemen pemasaran untuk bahan bacaan dan kajian mahasiswa IIB Darmajaya Lampung.

1.5.3 Bagi Restoran Ichiban sushi MBK lampung

Penelitian ini diharapkan digunakan sebagai bahan acuan guna meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kehalalan produk ichiban sushi Mall Boemi Kedaton Provinsi Lampung.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka penulis menyusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang terbatas dalam tiap-tiap bab nya, adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam penelitian ini diuraikan tentang latar belakang informasi yang terkait dengan Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dilakukan penelitian, manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian, dan sistematika penulisan hasil penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yang berhubungan dengan Kepuasan Kerja, alat ukur Kepuasan Kerja yang dikemukakan oleh spector, kerangka pemikiran yang didasarkan oleh teori dan hasil penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang rancangan penelitian, sumber data dan informasi penelitian, teknik pengumpulan data, observasi, wawancara dan dokumentasi, teknik penjaminan keabsahan data, teknik analisa data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang deskriptif data dari masing-masing baik dari hasil wawancara terbuka, hasil wawancara tertutup dan hasil observasi.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian mengenai analisis konsumen terhadap keputusan pembelian atas produk halal di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton dan saran dari peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Halal Labeling Produk

2.1.1 Pengertian Halal Labeling Produk

Label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk maupun tentang penjualannya. Sebuah label merupakan sebuah bagian dari kemasan atau etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan dalam sebuah produk. Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal (Ranu Nugraha, M. Khilod Mawardi dalam Aniesa Samira Bafadhal, 2017).

Label sendiri dibagi kedalam 3 klasifikasi yaitu :

1. *Brand Label*, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
2. *Descriptive label*, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi atau pembuatan, perhatian dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
3. *Grade label*, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk dengan suatu huruf, angka atau kata.

2.1.2 Pengertian Halal Sertifikasi

Menurut Hanzaee dan Ramezani (2015), Sertifikasi halal adalah dokumen yang dikeluarkan oleh organisasi islam sebagai simbol kualitas yang menjamin bahwa produk yang dicakupnya memenuhi pedoman Islam. Ambali dan Bakar (2014), menambahkan bahwa sangat penting sertifikasi halal label yang menyertainya digunakan untuk meyakinkan dan menginformasikan konsumen dihadapan dengan ketidak pastian sebagai akibat dari pemilihan produk dalam jumlah yang sangat besar yang berada dalam pasar. (Windah Nursanti dalam Maria telung, 2014), Menyatakan bahwa memiliki halal logo dan sertifikasi dunia global saat ini adalah suatu keharusan untuk memenuhi semua kebutuhan Muslim.

2.1.3 Pengertian Kesadaran Halal

Menurut Aziz & Vui (2014), Kesadaran adalah kemampuan untuk memahami, merasakan, dan menjadi sadar akan suatu peristiwa dan objek. Kesadaran adalah konsep yang menyiratkan pemahaman dan persepsi tentang peristiwa atau subjek (Windah Nursanti dalam Maria Tielung, 2014). Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal adalah pengetahuan islam tentang konsep, proses halal dan menganggap bahwa mengkonsumsi produk halal sengan penting bagi diri mereka sendiri.

2.2 Perilaku Konsumen

2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen

American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen sebagai dinamika interaksi antara kesadaran dan pengaruh, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan aspek-aspek kehidupan. Dalam kata lain, perilaku konsumen melibatkan pemikiran, perasaan, dan tindakan seseorang alami serta tindakan yang mereka lakukan dalam proses komunikasi. Hal tersebut mencakup segala hal di lingkungan yang mempengaruhi pemikiran, perasaan dan tindakan tersebut. Hal itu juga termasuk dalam komentar konsumen lainnya, iklan, pengepakan, informasi harga, blogs, penampilan produk, dan lainnya (J.Paul Peter & Jerry C. Olson, 2013) .

2.2.2 Faktor Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor berikut (Kotler, 2009) :

1. Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang dipengaruhi oleh orang-orang sekitar :

- a. Kelompok referensi : kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku maupun sikap seseorang.

b. Keluarga : kita dapat membedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembeli yang pertama adalah, keluarga orientasi yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga rekreasi yaitu pasangan hidup anak dan seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli dan konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah teliti secara insentif

c. Peran dan status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya. Posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status.

3. Faktor Pribadi

a. Umur dan tahapan dalam siklus hidup : konsumsi seseorang juga diubentuk oleh tahapan siklus keluarga.

b. Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

c. Gaya Hidup

Gaya Hidup seseorang merupakan pola hidup didunia yang diekspresiasikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang.

d. Keadaan Ekonomi

Pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatan, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap untuk menabung.

d. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang berbrda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relative konsisten.

4. Faktor Fisiologi

a. Motivasi

Gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.

b. Persepsi

Sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan, masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang bararti dari dunia ini.

c. Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

2.3 Kualitas Produk

2.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas (*Quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, h 143). Menurut Kotler (2009:49), kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan. Kualitas adalah suatu jaminan dari mutu produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau cirri fisik yang mendasarkan bentuk akhir produk terhadap keinginan konsumen. Bila suatu produk tidak sesuai dengan keinginan konsumen, maka dapat dipastikan konsumen tersebut akan beralih mencari produsen baru yang dapat memenuhi kebutuhan nya dengan kualitas produk yang sesuai harapan.

2.3.2 Klasifikasi Produk

Menurut Tjiptono (2008) klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama yaitu barang dan jasa. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang, yaitu:

1. Barang Tidak Tahan Lama (Nondurable Goods)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Contohnya adalah sabun, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula dan garam.

2. Barang Tahan Lama (Durable Goods)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih). Contohnya antara lain TV, lemari es, mobil, dan komputer.

2.4 Promosi Pemasaran

2.4.1 Pengertian Promosi Pemasaran

Bakhtaie dan Gholchinfar (2014), mendefinisikan promosi pemasaran adalah sebagai aktivitas fisik, emosional, dan mental yang digunakan oleh orang-orang dalam memilih, membeli, dan meninggalkan produk untuk memasok dan memuaskan kebutuhan mereka. Roosta, dkk (2014), mendefinisikan semua kegiatan dalam promosi harus diakui sebagai sistem sekunder dalam sistem pemasaran dan selama studi sistem perusahaan (Windah Nursanti dalam Maria Tielung, 2014).

2.5 Keputusan Pembelian

2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternative yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembeli dan keputusan pembeli. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016), dalam tahapan evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada didalam kumpulan pilihan. Menurut Suryani dalam keputusan pembelian konsumen seringkali melibatkan dua pihak atau lebih (Dalam Tengku Putri Lindung Bulan, 2016).

Adapun lima peranan keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

1. *Initiator* adalah orang yang pertama kali menyadari adanya sebuah kebutuhan yang belum terpenuhi dan berinisiatif mengusulkan untuk membeli produk tertentu.
2. *Influencer* adalah orang yang sering berperan sebagai pemberi pengaruh besar terhadap pandangan, nasihat atau pendapatnya mempengaruhi keputusan pembelian.
3. *Decider* adalah orang yang berperan sebagai pengambil keputusan dalam menentukan apakah produk jadi dibeli, produk apa yang akan dibeli, bagaimana cara untuk membeli, dan dimana produk itu dibeli.
4. *Buyer* adalah orang yang melakukan pembelian aktual.
5. *User* adalah orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk yang dibeli.

2.5.2 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian

Menurut Sophia & Etta Mamang Sungadji (2013 : p.252) jenis perilaku pembelian ada 3 yaitu :

1. Perilaku Tanggapan Rutin.
Jenis perilaku pembelian ini sering ditemukan pada pembelian barang murah dan umumnya pada barang yang sering dibeli.
2. Pemecahan Masalah Yang Terbatas.
Konsumen akan mengajukan pertanyaan dan mengamati sejauh mungkin promosi yang dilakukan, serta mempelajari merek baru.

3. Pemecahan masalah ekstensif

Tingkat pembelian akan mencapai jumlah yang sangat tinggi apabila konsumen dihadapkan pada barang yang belum dikenal dan tidak memiliki tolak ukur (alat pembanding) yang harus digunakan.

2.5.3 Tahap Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller (2016), Periset pemasaran telah mengembangkan model tingkat keputusan pembelian konsumen melalui lima tahap. Tahap-tahap tersebut dapat dijelaskan dibawah ini :

Gambar 2.1 Tahap Keputusan Pembelian



Sumber : Kotler (2016)

1. Tahap pengenalan masalah, merupakan proses dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Rangsangan internal yaitu salah satu kebutuhan normal seseorang.
2. Tahap pencarian informasi, merupakan tahap konsumen mencari dan memperoleh pengetahuan tentang barang yang dibutuhkan, dari sumber-sumber informasi utama dimana konsumen dapat dibagi menjadi empat kelompok :
 - a. Pribadi: Keluarga, teman, tetangga.

- b. Komersial : Iklan, wiraniaga, penyalur, situs web, kemasan, dan tampilan.
 - c. Publik : Media massa, organisasi, pemeringkat konsumen.
 - d. Eksperimental : Penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk, jumlah dan pengaruh relative dari sumber-sumber yang bervariasi dengan kategori produk karakteristik.
3. Evaluasi alternative, dengan adanya sebuah informasi yang ada, konsumen mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan.
 4. Keputusan pembelian, dalam tahap ini konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan.
 5. Perilaku pasca pembelian, sebuah proses pengambilan keputusan, pembeli tidak berakhir pada transaksi pembelian saja, namun juga terdapat tahapan perilaku pasca pembelian.

2.6 Produk Halal Labeling Terhadap Keputusan Pembelian

Kesadaran adalah kemampuan untuk memahami, merasakan, dan menjadi sadar akan suatu peristiwa dan objek. Kesadaran adalah konsep yang menyiratkan pemahaman dan persepsi tentang peristiwa atau subjek (Windah Nursanti dalam Maria Tielung, 2014). Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal adalah pengetahuan islam tentang konsep, proses halal dan menganggap bahwa mengkonsumsi produk halal sangat penting bagi diri mereka sendiri.

lima peranan keputusan pembelian adalah *Initiator, Influencer, Decider, Buyer dan User*. Produk dengan label yang halal akan sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, indonesia dengan mayoritas umat muslim (islam) akan sangat mementingkan kehalalan produk sebagai konsumen oleh karena itu produk halal labeling sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Metode	Hasil
1.	Ranu Nugraha, M. Kholid Mawardi, Aniesa Samira Bafadhal, 2017.	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang)	1. Labelisasi Halal (X). 2. Minat Beli (Y)	Metode yang digunakan yaitu, metode analisis regresi linier sederhana	Berdasarkan hasil penelitian, bahwa variabel labelisasi halal (X) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y)
2.	Windah Nursanti, Maria Tielung, 2014	The Effects Of Halal (Permissible) Food Labeling On Islam Customer Purchase Decision In Solaria Restaurant Manado	1. Halal (Permissible) Food Labeling (X) 2. Purchase Decision (Y)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda	Berdasarkan hasil penelitian, semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan tetapi tidak secara parsial karena kesadaran halal tidak memiliki pengaruh yang signifikan

					terhadap keputusan pembelian di restoran Solaria.
3.	Tengku Putri, Lindung Bulan, 2016	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Labelisasi Halal (X). 2. Keputusan Pembelian (Y) 	Metode yang digunakan yaitu, metode analisis regresi linier sederhana.	Berdasarkan penelitian label halal memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0,828.
4.	Muhamad Munir, Khoirul Hidayat, Muhammad Fakhry, M Fuad Fauzul Mu'tamar, 2019.	Pengaruh Pengatahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness) Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengatahuan Halal (X1). 2. Kesadaran Hala (X2). 3. Label Halal (X3). 4. Keputusan Pembelian (Y). 	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana, regresi linier berganda.	Hasil uji menunjukkan bahwa semua item dari masing-masing variabel penelitian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
5.	Ahmad Izzuddin, (2018)	Pengaruh Halal Label, Kesadran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jember.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Halal Label (X1). 2. Kesadran Halal (X2). 3. Bahan Makanan (X3). 4. Minat Beli (Y). 	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis	Kesadaran halal dan bahan makanan berpengaruh terhadap minat beli. Tetapi label halal tidak berpengaruh terhadap minat beli. Akan tetapi secara simultan

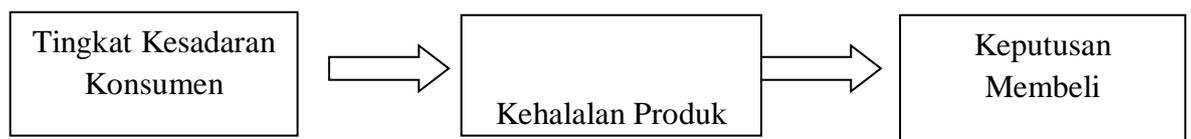
				regresi linier berganda	label halal, kesadaran halal dan bahan makanan berpengaruh terhadap pembelian.
--	--	--	--	-------------------------	--

2.7 Kerangka Pemikiran

Keputusan pembelian produk ichiban sushi Boemi Kedaton Mall Bandar Lampung. Ichiban Sushi merupakan salah satu dari banyak outlet restoran cepat saji yang terkenal terletak di dalam Mall Boemi Kedaton (MBK) yang memberikan keuntungan tersendiri, karena saat orang-orang didalam mall merasa lapar mereka tidak perlu lagi untuk keluar mencari restoran cepat saji lainnya. Ini merupakan strategi Ichiban Sushi yang bagaimana merek menempatkan diri mereka dalam kerumunan.

Dengan tingkat peminat yang tinggi dan dilandasi meningkatnya tingkat penyakit di indonesia yang banyak berasal dari makanan yang tidak baik atau halal, maka peneliti mencoba untuk untuk mengadakan penelitian tentang “Analisis Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung”

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.2 Alur Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Moleong, penelitian kualitatif berakar pada latar belakang ilmiah sebagai keutuhan, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif analisis secara induktif, mengarahkan sasaran Penelitian pada usaha menemukan teori lebih mementingkan proses daripada hasil, memilih seperangkat kriteria untuk menulis keabsahan data, rancangan penelitian bersifat sementara dan hasil penelitian disepakati oleh subjek penelitian.

Pendapat lain menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif adalah Prosedur Penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Margono menambahkan bahwa metode penelitian kualitatif ini analisis yang digunakan lebih bersifat deskriptif analitik yang berarti interpretasi terhadap isi dibuat dan disusun secara sistematis/menyeluruh dan sistematis.

Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah (*natural setting*). peneliti sebagai instrumen kunci (*key instrumen*).

Alasan penggunaan metode kualitatif ini yaitu karena permasalahan belum jelas, Holistik, Kompleks, dinamis dan penuh makna, sehingga tidak mungkin data pada situasi sosial tersebut dijangkau dengan metode kuantitatif. Selain itu peneliti bermaksud memahami situasi sosial secara mendalam, menemukan pola hipotesis dan teori. alasan penggunaan metode penelitian kualitatif ini juga dikarenakan : 1) Lebih mudah mengadakan Penyesuaian dengan kenyataan yang berdimensi ganda, 2) lebih mudah menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan subjek penelitian, 3) memiliki kepekaan dan daya penyesuaian diri dengan banyak pengaruh yang timbul dari pola-pola nilai yang dihadapi.

Berdasarkan Penjelasan diatas dapat dipahami penelitian kualitatif adalah penelitian yang diungkapkan dan dijelaskan melalui bahasa atau kata-kata. oleh karena itu bentuk data yang akan digunakan bukan berbentuk bilangan, angka atau nilai yang biasanya dianalisis dengan perhitungan matematika/statistik. penulis mengungkapkan fenomena atau kejadian dengan cara menjelaskan, memaparkan, menggambarkan dengan kata-kata secara jelas dan terperinci melalui bahasa yang tidak berwujud nomor atau angka.

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah penulis paparkan di atas, maka penelitian ini dilaksanakan di salah satu restoran ichiban sushi MBK Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk memahami mengenai Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung..

3.2 Sumber Data dan Informan Penelitian

Data merupakan hasil pencatatan peneliti, baik berupa fakta ataupun angka. "Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh". Data merupakan kumpulan bahan keterangan dari hasil pencatatan penulis baik berupa fakta maupun angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun sebuah informasi.

Dalam metode penelitian kualitatif, Sumber data dipilih secara *purposive sampling* dan bersifat *Snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu seperti orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan. Sedangkan yang dimaksud *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang awalnya jumlahnya sedikit lama-lama menjadi besar. Dasar pertimbangan digunakannya teknik *Snowball sampling* ini adalah karya dengan teknik penarikan sampel ini, dianggap akan lebih *representatif* baik ditinjau dari segi pengumpulan data maupun dalam pengembangan data.

Dengan pengambilan sumber data yang dipilih secara *purposive* dan bersifat *Snowball sampling*, maka Sumber data dipilih orang-orang yang dianggap sangat mengetahui permasalahan yang akan diteliti atau juga yang berwenang dalam masalah tersebut dan jumlahnya tidak dapat ditentukan, karena dengan sumber data yang sedikit itu apabila belum dapat memberikan data yang lengkap, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan Sumber data.

Berdasarkan pendapat ahli di atas, sehubungan dengan penelitian ini, maka yang dijadikan informan atau Sumber data adalah orang-orang yang dianggap mengetahui tentang Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

Dimana informan atau Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu sumber data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian tesis ini, Sumber data primer yang diperoleh dari konsumen ichiban sushi MBK Lampung untuk mengetahui bagaimana proses yang dilakukan dalam memutuskan pembelian produk.

Sedangkan Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, bisa lewat orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder yang diperoleh penulis adalah data yang diperoleh langsung dari pihak-pihak yang berkaitan untuk mengetahui Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung oleh konsumen maupun pegawai di resto ichiban sushi MBK Lampung untuk mengetahui Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

3.3.1 Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan dengan pencatatan sistematis fenomena yang diselidiki.

Observasi diartikan sebagai "pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian".

Dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian observasi adalah proses mengamati tingkah siswa dalam suatu situasi tertentu. situasi yang dimaksud dapat berupa situasi sebenarnya atau alamiah dan juga situasi yang sengaja diciptakan atau eksperimen.

Sedangkan metode observasi yang peneliti gunakan adalah observasi partisipan dengan mengamati konsumen ichiban sushi MBK Lampung. Kemudian metode observasi ini peneliti gunakan untuk memperoleh gambaran tentang keadaan di antaranya yaitu 1). kegiatan restoran, 2). Lingkungan restoran, 3). Interaksi dari konsumen dan pegawai, 4). Keadaan konsumen, pegawai dan marketing, 5). sarana dan prasarana

3.3.2 Metode Wawancara

Metode wawancara adalah "sebuah dialog atau tanya jawab yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari wawancaranya baik secara langsung maupun tidak langsung dengan sumber data".

Berdasarkan teori di atas dapat diambil kesimpulan bahwa Wawancara adalah sebuah dialog berupa tanya jawab antara dua orang atau lebih, yang satu sebagai wawancara dan yang lain sebagai sumber.

Adapun macam-macam metode wawancara ini adalah Wawancara terstruktur wawancara semi terstruktur dan wawancara tidak berstruktur. Wawancara terstruktur artinya pewawancara telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis dan sekaligus alternatif jawaban telah disediakan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur artinya pewawancara bebas untuk menanyakan apa saja kepada narasumber, tetapi tetap mengingat data apa yang akan dikumpulkan, dalam hal ini narasumber berhak untuk menjawab sesuai dengan pikiran dan pendapatnya. Wawancara semi terstruktur artinya kombinasi antara Wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur.

Dari tiga macam metode wawancara tersebut maka peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur yang ditujukan kepada konsumen ichiban sushi Mall Boemi Kedaton.

3.3.3 Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah “metode yang dipakai untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis/dokumen-dokumen, baik berupa daftar menu, peraturan-peraturan, cara pembuatan, catatan harian dan sebagainya ”.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dipahami bahwa metode dokumentasi dapat diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data yang diperoleh daftar menu, peraturan-peraturan, cara pembuatan, catatan harian dan sebagainya. Dengan metode ini maka fokus pengumpulan data dilakukan terhadap setiap dokumen atau arsip transaksi pembelian yang ada di ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton.

3.4 Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik pengecekan keabsahan data merupakan hal yang sangat menentukan kualitas hasil penelitian. Dalam hal ini untuk mencapai apa yang diharapkan oleh peneliti, maka digunakan teknik-teknik pemeriksaan data yang memuat tentang usaha-usaha peneliti untuk memperoleh keabsahan data.

Teknik untuk mencapai keabsahan atau kredibilitas data dilakukan dengan cara triangulasi. Menurut Sugiyono, teknik triangulasi adalah pengujian kredibilitas dengan melakukan pengecekan data dari berbagai cara, sumber dan waktu.

Adapun teknik triangulasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik atau metode berarti untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu di cek dengan observasi atau dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data sama maka data tersebut sudah kredibel, jika berbeda-beda maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data. Seperti halnya wawancara dibandingkan atau dicek dengan hasil observasi dan dokumentasi.

3.5 Teknik Analisa Data

Setelah data yang diteliti terkumpul, maka tahap selanjutnya adalah menganalisa data. Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Secara umum terdiri dari tiga jalur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data (penarikan kesimpulan).

3.5.1 Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memilih, menyederhanakan, memfokuskan dan Suatu bentuk analisis yang tajam, ringkas, terfokus, membuang data yang tidak penting, dan mengorganisasikan data sebagai cara untuk menggambarkan dan memverifikasi kesimpulan akhir.

Dalam teknik menganalisis data reduksi data yaitu adalah tahap merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. setelah data direduksi maka akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan akan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

3.5.2 Penyajian Data

Penyajian data atau display data adalah usaha merangkai informasi yang terorganisir dan tersusun dalam upaya menggambarkan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan mengambil tindakan.

Setelah melakukan reduksi data, selanjutnya peneliti menyajikan data yang telah dikumpulkan, yang telah difokuskan, yang dirangkum, dan dipilih hal-hal yang pokok. Maka penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk menguraikan secara singkat, tabel, grafik, yang kemudian diberikan penjelasan yang bersifat naratif.

3.5.3 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan menggambarkan yang utuh dari objek yang diteliti atau konfigurasi yang utuh dari objek penelitian. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Ini berarti setelah data yang telah terkumpul dilakukan pemilihan secara selektif disesuaikan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Setelah itu, dilakukan pengolahan dengan proses editing, yaitu dengan meneliti kembali data-data yang didapat, apakah data tersebut sudah cukup baik dan dapat segera dipersiapkan untuk proses berikutnya. Secara sistematis dan konsisten bahwa data yang diperoleh, dituangkan dalam bentuk suatu rancangan konsep yang kemudian dijadikan dasar utama dalam memberikan analisis.

Berdasarkan langkah-langkah tersebut, maka dalam penelitian ini pada tahap awal setelah diadakan pengumpulan data melalui teknik wawancara dengan berbagai sumber data yang dianggap mengetahui tentang Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk

Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

Selain itu dikumpulkan pula hasil observasi dan dokumentasi yang diperoleh sesuai dengan fokus masalah dalam penelitian ini.

Data yang telah terkumpul dan dipilah-pilah sesuai dengan permasalahan yang diteliti, kemudian disajikan dalam bentuk naratif atau deskriptif dan secara gamblang gambaran yang sebenarnya yang ditemukan peneliti di lapangan yaitu tentang Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung, penyajian tersebut diurutkan sesuai dengan fokus masalah.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Wawancara Terbuka

Wawancara dalam penelitian ini diarahkan pada konsumen terkhusus konsumen ichiban sushi mall boemi kedaton bandar lampung terhadap 10 konsumen dengan nama yang tertera dalam tabel berikut.

No	Nama
1.	Vita Alvia
2.	Septianingsih
3.	Tyas
4.	vitalia
5.	Desi Wulandari
6.	Lia
7.	Ika Nur Pratiwi
8.	Mona Dwi Sari
9.	Najla Salwa Putri
10.	Tria Prabawati

Tabel 4.1 Nama Responden dalam Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 04 januari 2021 sampai dengan 30 januari 2021, peneliti mendapatkan variasi jawaban yang berbeda dari setiap konsumen yang membeli produk ichiban sushi mallboemi kedaton terkhusus kehalalan produk dalam keputusan pembelian ichiban sushi mall boemi kedaton yang telampir dalam lampiran 3 hasil jawaban wawancara konsumen.

4.1.2 Hasil Wawancara Tertutup

Pada bagian ini akan dijelaskan untuk hasil dari pertanyaan yang telah tersedia yang kemudian ditarik kembali oleh peneliti, dikoreksi dengan baik apakah semua responden menjawab tersebut sesuai dengan pertanyaan masing-masing dan alternatif yang dipilih menjadi menjawab, sehingga yang diperoleh dapat dikoreksi dan diuji kebenarannya. Berikut adalah distribusi jawaban responden dalam indikator dari pertanyaan mengenai kepehaman produk halal di ichiban sushi MBK Lampung terhadap 10 responden.

Tabel 4.2
Jawaban responden terhadap produk halal di ichiban sushi

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban		
			Halal	Tidak Halal	Tidak Tahu
1.	Vita Alvia	Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?	1		
2.	Septianingsih				1
3.	Tyas				1
4.	Vitalia		1		
5.	Desi Wulandari		1		
6.	Lia		1		
7.	Ika Nur Pratiwi				1
8.	Mona Dwi Sari				1
9.	Najla Salwa Putri				1
10.	Tria Prabawati				1
Jumlah			4	0	6
Persentasi			60% (enam puluh persen responden tidak mengetahui kehalalan produk ichiban sushi MBK Lampung)		

4.2 Pembahasan

Dari hasil penelitian mengenai tingkat kesadaran konsumen atas produk halal terhadap keputusan pembelian di ichiban sushi mall boemi kedaton bandar lampung, sebagai berikut :

4.2.1 Hasil Wawancara

1. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor satu

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban		
			Ya	Tidak	Tidak Tahu
1.	Vita Alvia	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya kebutuhan ?		1	
2.	Septianingsih			1	
3.	Tyas		1		
4.	Vitalia			1	
5.	Desi Wulandari			1	
6.	Lia		1		
7.	Ika Nur Pratiwi			1	
8.	Mona Dwi Sari			1	
9.	Najla Salwa Putri		1		
10.	Tria Prabawati			1	
Jumlah			3	7	0
Persentasi			30% (tiga puluh persen responden membeli produk ichiban sushi MBK Lampung karena kebutuhan)		

Tabel 4.3 Jawaban responden terhadap keputusan produk

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 3 orang responden membeli produk ichiban sushi mall boemi kedaton karena kebutuhan dan 7 orang responden membeli produk karena keinginan, jawaban responden lebih didominasi dengan keinginan dan gaya hidup bukan dari kebutuhan, maka dapat disimpulkan persentasi dari konsumen yang membeli ichiban sushi mall boemi kedaton berdasarkan keinginan hanya 30 persen.

2. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor dua

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban		
			Ya	Tidak	Tidak Tahu
1.	Vita Alvia	Apakah anda dapat membedakan produk halal dan tidak ?	1		
2.	Septianingsih			1	
3.	Tyas			1	
4.	Vitalia		1		
5.	Desi Wulandari		1		
6.	Lia		1		
7.	Ika Nur Pratiwi		1		
8.	Mona Dwi Sari		1		
9.	Najla Salwa Putri		1		
10.	Tria Prabawati			1	
Jumlah			8	2	0
Persentasi			80% (delapan puluh persen responden membeli produk ichiban sushi MBK Lampung dapat membedakan produk halal dan non halal)		

Tabel 4.4 Jawaban responden terhadap pengetahuan produk halal

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 8 orang responden membeli produk ichiban sushi mall boemi kedaton dapat mengerti produk halal dan 2 orang responden membeli produk tanpa mengetahui produk halal, jawaban responden lebih didominasi mengetahui perbedaan produk halal berdasarkan logo halal, maka dapat disimpulkan persentasi dari konsumen yang membeli ichiban sushi mall boemi kedaton mengetahui produk halal 80 persen.

3. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor tiga

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban		
			Halal	Tidak Halal	Tidak Tahu
1.	Vita Alvia	Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?	1		
2.	Septianingsih				1
3.	Tyas				1
4.	Vitalia		1		
5.	Desi Wulandari		1		
6.	Lia		1		
7.	Ika Nur Pratiwi				1
8.	Mona Dwi Sari				1
9.	Najla Salwa Putri				1
10.	Tria Prabawati				1
Jumlah			4	0	6
Persentasi			60% (enam puluh persen responden tidak mengetahui kehalalan produk ichiban sushi MBK Lampung)		

Tabel 4.5 Jawaban responden terhadap pengetahuan kehalalan produk

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 4 orang responden mengetahui bahwa produk ichiban sushi mall boemi kedaton adalah produk halal dan 6 orang responden tidak mengetahui bahwa produk ichiban sushi mall boemi kedaton adalah produk tidak halal, jawaban responden lebih didominasi tidak menemukan logo halal pada produk ichiban sushi mall boemi kedaton, maka dapat disimpulkan persentasi dari konsumen yang membeli ichiban sushi mall boemi kedaton tidak mengetahui kehalalan produk sebanyak 60 persen.

4. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor empat

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban		
			Teman	Orang lain	promo
1.	Vita Alvia	Mengapa anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung ?	1		
2.	Septianingsih			1	
3.	Tyas				1
4.	Vitalia				1
5.	Desi Wulandari				1
6.	Lia				1
7.	Ika Nur Pratiwi				1
8.	Mona Dwi Sari			1	
9.	Najla Salwa Putri				1
10.	Tria Prabawati				1
Jumlah			1	2	7
Persentasi			70% (tujuh puluh persen responden memutuskan membeli produk ichiban sushi MBK Lampung karena promo)		

Tabel 4.6 Jawaban responden terhadap keputusan membeli produk

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 1 orang responden memutuskan membeli produk ichiban sushi mall boemi kedaton karena pengaruh teman, 2 orang memutuskan membeli produk ichiban sushi mall boemi kedaton karena pengaruh orang lain di instagram atau sosial media shope, dan 7 orang memutuskan membeli produk ichiban sushi mall boemi kedaton karena pengaruh promo. Jawaban responden lebih didominasi karena pengaruh promo yang diberikan ichiban sushi mall boemi kedaton terutama pembayaran non tunai baik dengan dana, link aja ataupun Shopepay, maka dapat disimpulkan persentasi dari konsumen yang membeli ichiban sushi mall boemi kedaton karena pengaruh promo sebanyak 70 persen.

5. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor lima

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban		
			1 tahun	2 tahun	Baru mencoba
1.	Vita Alvia	Berapa lama anda mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK lampung ?		1	
2.	Septianingsih				1
3.	Tyas		1		
4.	Vitalia		1		
5.	Desi Wulandari			1	
6.	Lia			1	
7.	Ika Nur Pratiwi		1		
8.	Mona Dwi Sari		1		
9.	Najla Salwa Putri			1	
10.	Tria Prabawati			1	
Jumlah			4	5	1
Persentasi			50% (lima puluh persen responden mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK Lampung sejak 2 tahun)		

Tabel 4.7 Jawaban responden terhadap lama mengkonsumsi produk

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 4 orang responden mengkonsumsi produk ichiban sushi mall boemi kedaton sejak 1 tahun, 5 orang responden mengkonsumsi produk ichiban sushi mall boemi kedaton sejak 2 tahun, dan 1 orang responden baru saja mengkonsumsi produk ichiban sushi mall boemi kedaton. Jawaban responden lebih didominasi sejak dua tahun yang lalu mengkonsumsi produk ichiban sushi mall boemi kedaton. dapat disimpulkan persentasi dari konsumen yang mengkonsumsi ichiban sushi mall boemi kedaton selama dua tahun sebanyak 50 persen.

6. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor enam

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban		
			sesuai	Tidak sesuai	Cukup sesuai
1.	Vita Alvia	Apakah anda membeli produk di ichiban sushi MBK lampung sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus ?	1		
2.	Septianingsih		1		
3.	Tyas		1		
4.	Vitalia		1		
5.	Desi Wulandari		1		
6.	Lia		1		
7.	Ika Nur Pratiwi		1		
8.	Mona Dwi Sari		1		
9.	Najla Salwa Putri		1		
10.	Tria Prabawati		1		
Jumlah			10	0	0
Persentasi			100% (100 persen responden menyatakan bahwa produk ichiban sushi MBK Lampung sesuai dengan harga dan kualitas)		

Tabel 4.8 Jawaban responden terhadap kesesuaian harga&kualitas produk

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 10 orang responden menyatakan bahwa produk ichiban sushi mall boemi kedaton sesuai dengan harga dan kualitas produk. Jawaban responden menyatakan produk ichiban sushi mall boemi kedaton banyak harga murah dengan diskon maupun promo dan sesuai dengan rasa yang dimiliki oleh produk nya yaitu enak. dapat disimpulkan persentasi dari konsumen yang mengkonsumsi ichiban sushi mall 100 persen menyatakan bahwa produk tersebut sesuai dengan harga dan kualitas.

7. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor tujuh

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban		
			Sama saja	Cukup baik	Lebih baik
1.	Vita Alvia	Apakah Kualitas produk sangat baik dibandingkan dengan yang lain ?		1	
2.	Septianingsih		1		
3.	Tyas			1	
4.	Vitalia			1	
5.	Desi Wulandari			1	
6.	Lia				1
7.	Ika Nur Pratiwi			1	
8.	Mona Dwi Sari			1	
9.	Najla Salwa Putri			1	
10.	Tria Prabawati			1	
Jumlah			1	8	1
Persentasi			10% (10 persen responden menyatakan bahwa produk ichiban sushi MBK Lampung lebih baik dari produk lain)		

Tabel 4.9 Jawaban responden terhadap perbandingan produk

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 1 orang responden menyatakan bahwa produk ichiban sushi mall boemi kedaton sama saja dengan produk yang lain, 8 orang responden menyatakan bahwa produk ichiban sushi mall boemi kedaton cukup baik dengan produk yang lain dan 1 orang responden menyatakan bahwa produk ichiban sushi mall boemi kedaton lebih baik dari produk yang lain. Jawaban responden menyatakan produk ichiban sushi mall boemi kedaton termasuk dalam kategori cukup baik dari produk lain dapat disimpulkan persentasi dari konsumen yang mengkonsumsi ichiban sushi mall 10 persen menyatakan bahwa produk tersebut lebih baik dari produk lain.

8. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor delapan

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban		
			Sesuai	Tidak sesuai	Sangat sesuai
1.	Vita Alvia	Apakah Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga anda berminat untuk membeli produk ?	1		
2.	Septianingsih			1	
3.	Tyas		1		
4.	Vitalia		1		
5.	Desi Wulandari		1		
6.	Lia		1		
7.	Ika Nur Pratiwi		1		
8.	Mona Dwi Sari		1		
9.	Najla Salwa Putri		1		
10.	Tria Prabawati		1		
Jumlah			9	1	0
Persentasi			90% (90 persen responden menyatakan bahwa produk ichiban sushi MBK Lampung sesuai dengan buku menu)		

Tabel 4.10 Jawaban responden terhadap kesesuaian dengan buku menu

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 1 orang responden menyatakan bahwa produk ichiban sushi mall boemi kedaton tidak sesuai dengan buku menu, dan 9 orang responden menyatakan bahwa produk ichiban sushi mall boemi kedaton sesuai dengan buku menu yang tersedia. Jawaban responden menyatakan produk ichiban sushi mall boemi kedaton sesuai dengan buku menu ataupun iklan yang mereka lihat hanya ada satu responden yang mengatakan produk yang ia terima tidak sesuai maka dapat disimpulkan konsumen yang mengkonsumsi ichiban sushi mall boemi kedaton mengatakan kesesuaian produk sebanyak 90 persen.

9. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor sembilan

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban	
			Iya	Tidak
1.	Vita Alvia	Apakah anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK Lampung berdasarkan pengalaman orang lain ?	1	
2.	Septianingsih		1	
3.	Tyas		1	
4.	Vitalia		1	
5.	Desi Wulandari		1	
6.	Lia			1
7.	Ika Nur Pratiwi		1	
8.	Mona Dwi Sari			1
9.	Najla Salwa Putri			1
10.	Tria Prabawati			1
Jumlah			6	4
Persentasi			60% (60 persen responden menyatakan bahwa membeli produk ichiban sushi MBK Lampung berdasarkan pengalaman orang lain)	

Tabel 4.11 Jawaban responden terhadap keputusan membeli berdasarkan pengalaman produk lain

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 6 orang responden menyatakan bahwa membeli produk ichiban sushi mall boemi kedaton karena pengalaman dari orang lain, dan 4 orang responden menyatakan bahwa membeli produk ichiban sushi mall boemi kedaton tidak karena pengalaman orang lain . Jawaban responden didominasi dengan pengalaman orang lain dari ig story maupun cerita langsung dari teman dan family, maka dapat disimpulkan konsumen yang mengkonsumsi ichiban sushi mall boemi kedaton memutuskan membeli berdasarkan pegalaman orang lain sebanyak 60 persen.

10. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor sepuluh

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban	
			Iya	Tidak
1.	Vita Alvia	Benarkah Setelah melihat-lihat produk yang dijual anda tertarik untuk membeli ?	1	
2.	Septianingsih		1	
3.	Tyas		1	
4.	Vitalia		1	
5.	Desi Wulandari		1	
6.	Lia		1	
7.	Ika Nur Pratiwi		1	
8.	Mona Dwi Sari		1	
9.	Najla Salwa Putri		1	
10.	Tria Prabawati		1	
Jumlah			10	0
Persentasi			100% (100 persen responden menyatakan bahwa keputusan membeli produk ichiban sushi MBK Lampung karena ketertarikan setelah meliahat produk)	

Tabel 4.12 Jawaban responden terhadap keputusan membeli berdasarkan ketertarikan setelah meliahat produk

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 10 orang responden menyatakan bahwa mereka tertarik mebeli dan akhirnya memutuskan untuk membeli karena tertarik setelah melihat tampilan produk, diskon maupun lokasi dari restoran, maka dapat disimpulkan konsumen yang mengkonsumsi ichiban sushi mall boemi kedaton memutuskan membeli karena faktor ketretarikan setelah melihat produk sebanyak 100 persen.

11. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor sebelas

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban	
			cukup	Sangat bagus
1.	Vita Alvia	Apakah Kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus ?		1
2.	Septianingsih			1
3.	Tyas			1
4.	Vitalia			1
5.	Desi Wulandari		1	
6.	Lia			1
7.	Ika Nur Pratiwi			1
8.	Mona Dwi Sari		1	
9.	Najla Salwa Putri			1
10.	Tria Prabawati		1	
Jumlah			3	7
Persentasi			70% (70 persen responden menyatakan kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus)	

Tabel 4.13 Jawaban responden terhadap kemasan produk ichiban sushi MBK

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 3 orang responden menyatakan bahwa produk ichiban sushi MBK lampung memiliki tampilan yang cukup bagus, dan 7 orang responden menyatakan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus maka dapat disimpulkan konsumen yang mengkonsumsi ichiban sushi mall boemi kedaton menyatakan kemasan produk sangat bagus sebanyak 70 persen.

12. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor dua belas

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban	
			iya	Tidak
1.	Vita Alvia	Apakah sebagai konsumen setuju bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini ?	1	
2.	Septianingsih		1	
3.	Tyas		1	
4.	Vitalia		1	
5.	Desi Wulandari		1	
6.	Lia		1	
7.	Ika Nur Pratiwi		1	
8.	Mona Dwi Sari		1	
9.	Najla Salwa Putri		1	
10.	Tria Prabawati		1	
Jumlah			10	0
Persentasi			100% (100 persen responden menyatakan produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini)	

Tabel 4.14 Jawaban responden terhadap trend poduk

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 10 orang responden menyatakan bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini, maka dapat disimpulkan konsumen yang mengkonsumsi ichiban sushi mall boemi kedaton menyatakan produk ichiban sushi mall boemi kedaton sebanyak 100 persen.

13. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor tiga belas

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban	
			iya	Tidak
1.	Vita Alvia	Setelah melihat konsumen lain memakai produk ichiban sushi MBK lampung anda tertarik untuk membeli?	1	
2.	Septianingsih		1	
3.	Tyas		1	
4.	Vitalia		1	
5.	Desi Wulandari		1	
6.	Lia		1	
7.	Ika Nur Pratiwi		1	
8.	Mona Dwi Sari		1	
9.	Najla Salwa Putri		1	
10.	Tria Prabawati		1	
Jumlah			10	0
Persentasi			100% (100 persen responden menyatakan mereka memutuskan membeli produk karena melihat konsumen lain membeli)	

Tabel 4.15 Jawaban responden terhadap keputusan membeli produk karena konsumen lain

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 10 orang responden menyatakan bahwa mereka membeli produk ichiban sushi MBK lampung karena konsumen lain, maka dapat disimpulkan konsumen yang mengkonsumsi ichiban sushi mall boemi kedaton memutuskan untuk melakukan pembelian karena konsumen lain sebanyak 100 persen.

14. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor empat belas

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban	
			iya	Tidak
1.	Vita Alvia	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya bujukan orang lain ?	1	
2.	Septianingsih		1	
3.	Tyas		1	
4.	Vitalia		1	
5.	Desi Wulandari		1	
6.	Lia			1
7.	Ika Nur Pratiwi			1
8.	Mona Dwi Sari		1	
9.	Najla Salwa Putri			1
10.	Tria Prabawati		1	
Jumlah			7	3
Persentasi			70% (70 persen responden menyatakan mereka memutuskan membeli produk karena adanya bujukan orang lain)	

Tabel 4.16 Jawaban responden terhadap keputusan membeli produk karena adanya bujukan orang lain

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 7 orang responden menyatakan bahwa mereka membeli produk ichiban sushi MBK lampung karena adanya bujukan orang lain , dan 3 orang responden menyatakan bahwa mereka membeli produk ichiban sushi MBK lampung tidak karena bujukan orang lain maka dapat disimpulkan konsumen yang mengkonsumsi ichiban sushi mall boemi kedaton memutuskan untuk melakukan pembelian karena bujukan orang lain sebanyak 70 persen.

15. Jawaban Responden Terhadap item pertanyaan wawancara nomor lima belas

No	Responden	Pernyataan	Alternatif Jawaban	
			cukup	Sangat
1.	Vita Alvia	Apakah anda Merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi MBK lampung ?	1	
2.	Septianingsih			1
3.	Tyas		1	
4.	Vitalia		1	
5.	Desi Wulandari			1
6.	Lia			1
7.	Ika Nur Pratiwi		1	
8.	Mona Dwi Sari			1
9.	Najla Salwa Putri			1
10.	Tria Prabawati		1	
Jumlah			5	5
Persentasi			50% (50 persen responden menyatakan mereka sangat puas dengan produk ichiban sushi mallboemi kedaton)	

Tabel 4.17 Jawaban responden terhadap kepuasan produk

Berdasarkan data tabel diatas didapatkan bahwa 5 orang responden menyatakan bahwa mereka merasa puas dengan produk ichiban sushi mall boemi kedaton , dan 5 orang responden menyatakan bahwa mereka merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi mall boemi kedaton maka dapat disimpulkan konsumen yang mengkonsumsi ichiban sushi mall boemi merasa sangat puas dengan produk sebanyak 50 persen.

16. Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

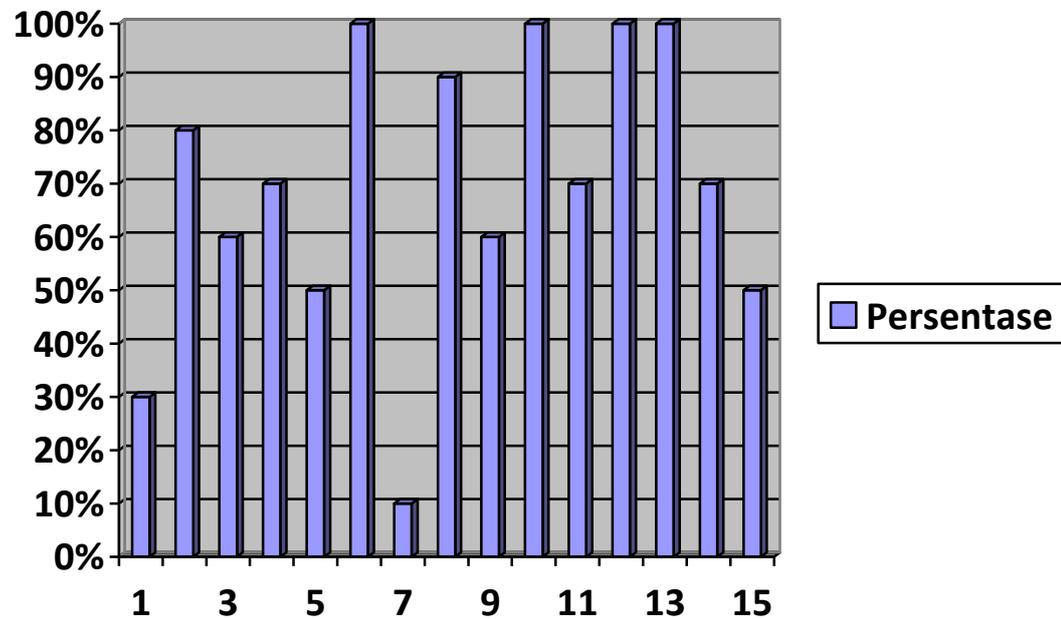


Diagram 4.1 tingkat kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk ichiban

Berdasarkan diagram batang diatas bahwa 30 persen konsumen ichiban membeli produk karena kebutuhan, 80 persen konsumen dapat membedakan produk yang halal dan tidak halal, 60 persen konsumen mengatakan bahwa produk ichiban tidak halal, 70 persen konsumen memutuskan membeli produk ichiban karena promo, 50 persen mengatakan sudah 2 tahun mengkonsumsi produk ichiban, 100 persen mengatakan produk ichiban cukup baik, 10 persen mengatakan produk iciban sangat bagus, 90 persen mengatakan produk iciban sesuai dengan buku menu yang ada di restoran, 60 persen konsumen mengatakan mereka memutuskan untuk membeli karena pengalaman orang lain, 100 persen

konsumen mengatakan bahwa mereka sangat tertarik membeli karena melihat orang lain, 70 persen konsumen mengatakan produk ichiban menarik tampilannya, 100 persen konsumen mengatakan ichiban sushi mall boemi kedaton mengikuti trend masa kini, 100 persen konsumen mengatakan tertarik membeli setelah melihat banyak orang membeli di restoran ichiban, 70 persen konsumen mengatakan membeli produk ichiban karena bujukan orang lain dan 50 persen konsumen mengatakan bahwa produk ichiban mall boemi kedaton sangat bagus.

Dapat disimpulkan berdasarkan hasil wawancara terbuka maupun tertutup bahwa Tingkat Kesadaran Konsumen Atas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Ichiban Sushi Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung sangat minim terbukti dari konsumen yang tidak mengetahui produk halal lebih banyak dari pada yang mengetahui, selain itu keputusan pembelian produk di ichiban didominasi dengan konsumen yang hanya sekedar memenuhi rasa penasaran produk bukan kebutuhan.

4.2.2 Hasil Observasi

Observasi dilaksanakan pada hari rabu tanggal 13 januari 2021 di restoran ichiban sushi mall boemi kedaton, saat melaksanakan observasi peneliti mencoba menempatkan diri sebagai konsumen yang ingin membeli produk di ichiban sushi mall boemi kedaton agar hasil aspek aspek observasi didapatkan dengan akurat, saat tiba di restoran pihak pegawai tidak menyambut dan tidak diberikan salam.

Pegawai menggunakan seragam terlihat kuku mereka bersih dan pendek tidak jorok dan semua pegawai menggunakan ikat pinggang yang sama dan menggunakan sepatu, saat mengantarkan menu makanan pegawai atau pelayan membawa bulpoin dan nota, saat memesan makanan pegawai melakukan kontak mata secara langsung.

Saat peneliti melihat konsumen lain, memang pegawai tidak memberikan senyum terlepas dari itu pegawai sangat handal dalam memberikan layanan kebersihan baik dari meja,kursi dan keadaan makanan semua disajikan dalam keadaan bersih. Peneliti mendapatkan bahwa tidaka ada logo hala di restoran iciban sushi mall boemi kedaton dan tidak menyertakan komposisi menu pada produk.

Jadi dapat disimpulkan berdasarkan observasi produk ichiban sushi mall kedaton termasuk dalam kategori baik hanya saja tidak ada logo halal yang seharusnya ini menjadi pertimbangan keputusan konsumen untuk membeli produk di ichiban sushi mall boemi kedaton.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan dari penelitian perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk halal di ichiban sushi mall boemi kedaton bandar lampung sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen ichiban sushi mall boemi kedaton dalam membeli produk cenderung karena gaya hidup yang dipengaruhi oleh ajakan orang lain.
2. Tingkat kesadaran konsumen ichiban sushi mall boemi kedaton dalam kehalalan produk ichiban belum sesuai dengan perilaku konsumen dalam perspektif Islam karena konsumen yang muslim lebih cenderung tidak mengetahui kehalalan produk ichiban sushi mall boemi kedaton.
3. Produk ichiban sushi mall boemi kedaton tidak memiliki logo halal baik dari restoran maupun produk atau makanan yang disajikan.
4. Tingkat kesadaran konsumen terhadap produk halal ichiban sushi mall boemi kedaton untuk memutuskan pembelian tergolong rendah

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian konsumen diharapkan untuk lebih bijak dalam membeli makanan, serta membangkitkan kesadaran untuk mengetahui bagaimana cara membedakan produk yang baik dan halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ambali, Abdul Raufu, and Ahmad Naqiyuddin Bakar, 2014, "People's awareness on halal foods and products: Potential issues for policy-makers." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 121.19 : 3-25.
- Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N. 2012. *The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim's purchasing intention. Paper presented at 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding*, 1819-1830.
- Bulan, Tengku Putri Lindung, 2016, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 5.1 : 431-439.
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Freddy Rangkuti, 2016. *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta : PT Gramedia.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanzaee, K.H. and Ramezani, M.R. (2011) 'Intention to Halal products in the world markets', *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, Vol.1, No.5, pp.1-7.
- Kotler and Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Ilyas Istianur Praditya, 2019, *Pertumbuhan ekonomi Indonesia Tahun 2019*, dilihat 08 Juli 2019, 20:15 WIB, < <https://m.liputan6.com/bisnis/read/4007833/pertumbuhan-ekonomi-Indonesia-2019-mentok-di-53-persen>.
- Nugraha, Ranu, M. Kholid Mawardi, and Aniesa Samira Bafadhal, 2017, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal

Korean Muslim Federation Di Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 50.5 : 113-120.

Nursanti, Windah, and Maria Tielung, 2014, "The effects Of Halal (permissible) food labeling on Islam customer purchase decision in solaria restaurant manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2.3.

Peter, J Paul and Jerry C Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Terjemahan oleh Diah Tantri Dwi Andani Edisi Kesembilan Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Sukesti, F. dan Mamdukh B. 2014. "The influence halal label and personal religiosity on purchase decision on food products in Indonesia". *International of business, economic and law*, 1(14): 150-153.

LAMPIRAN

Lampiran 1**PEDOMAN WAWANCARA****A. IDENTITAS**

Informan :
Waktu Pelaksanaan :

B. WAWANCARA DENGAN KONSUMEN

1. Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya kebutuhan ?
2. Apakah anda dapat membedakan produk halal dan tidak ?
3. Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?
4. Mengapa anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung ?
5. Berapa lama anda mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK lampung ?
6. Apakah anda membeli produk di ichiban sushi MBK lampung sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus ?
7. Apakah Kualitas produk sangat baik dibandingkan dengan yang lain ?
8. Apakah Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga anda berminat untuk membeli produk ?
9. Apakah anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung berdasarkan pengalaman orang lain ?
10. Benarkah Setelah melihat-lihat produk yang dijual anda tertarik untuk membeli ?
11. Apakah Kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus ?
12. Apakah sebagai konsumen setuju bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini ?

13. Setelah melihat konsumen lain memakai produk ichiban sushi MBK lampung anda tertarik untuk membeli?
14. Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya bujukan orang lain ?
15. Apakah anda Merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi MBK lampung ?

Lampiran 2

**PEDOMAN OBSERVASI UNTUK MENGETAHUI TINGKAT KESADARAN KONSUMEN
ATAS PRODUK HALAL
DI ICHIBAN SUSHI MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG.**

Hari / Tanggal :

No	Aspek-Aspek Pelayan Yang Diamati	Pernyataan		Keterangan
		Ya	Tidak	
1.	Menyambut Tamu			
2.	Memberi Salam			
3.	Kuku Tidak Panjang Dan Tidak Kotor			
4.	Memakai Seragam			
5.	Baju Dimasukkan			
6.	Memakai Ikat Pinggang			
7.	Memakai Sepatu			
8.	Membawa Bulpoint Dan Note			
9.	Melakukan Kontak Mata Secara Langsung Dengan Tamu			
10.	Kontak Mata Disertai Dengan Senyuman			
11.	Posisi Kepala Tegak			
12.	Mengangguk Kepala Sebagai Syarat Hormat Dan Persetujuan			
13.	Mengantar Tamu Sampai Ke Tempat Duduk			
14.	Mempersilahkan Tamu Duduk			
15.	Memberikan Daftar Menu			
16.	Menjelaskan Isi Menu			
17.	Mencatat Setiap Pesanan			

18.	Membacakan Kembali Pesanan			
19.	Mengucapkan Mohon Ditunggu			
20.	Mengantar Pesanan			
21.	Mempersilahkan Makan			
22.	Menawarkan Makanan Atau Minuman Tambahan			
23.	Memberikan Bill Check			
24.	Menyatakan Terima Kasih			
25.	Nada Bicara Cukup Keras			
No	Aspek-Aspek Restoran Yang Diamati	Pernyataan		Keterangan
		Ya	Tidak	
1.	Meja bersih			
2.	Kursi bersih			
3.	Makanan fresh (dibuat setelah pemesanan)			
4.	Produk memiliki logo halal			
5.	Produk makanan menyertakan komposisi			

Observer,

Dwi Susanti
NPM. 1612110374

Lampiran 3

PETIKAN WAWANCARA
DENGAN KONSUMEN ICHIBAN SUSHI
MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG

Informan : Vita Alvia

Tempat : Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

No	Fokus Yang Ditanya	Petikan Wawancara
1.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya kebutuhan ?	saya membeli produk tersebut karena kebutuhan saya lihat-lihat di mall terus saya merasa lapar dan saya memutuskan untuk makan di Ichiban
2.	Apakah anda dapat membedakan produk halal dan tidak ?	Iya saya dapat membedakan mana produk halal dan tidak halal dilihat dari sertifikatnya biasanya kalau makanan yang masuk mall itu pasti sudah halal
3.	Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?	menurut saya produk Ichiban itu halal
4.	Mengapa anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung ?	karena bujukan dari teman sudah sekitaran 2 tahun yang lalu
5.	Berapa lama anda mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK lampung ?	Sudah sekitar 2 tahun
6.	Apakah anda membeli produk di ichiban sushi MBK lampung sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus ?	ia sesuai keinginan sesuai harga juga Karena harganya yang tidak terlalu mahal

7.	Apakah Kualitas produk sangat baik dibandingkan dengan yang lain ?	Menurut saya produk nya yang cukup baik, apalagi sushinya
8.	Apakah Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga anda berminat untuk membeli produk ?	informasinya sesuai dengan beritanya sih soalnya informasi dari Instagram
9.	Apakah anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung berdasarkan pengalaman orang lain ?	Membeli karena ajakan teman
10.	Benarkah Setelah melihat-lihat produk yang dijual anda tertarik untuk membeli ?	ia Karena setelah selesai lihat gambar yang di depan itu saya jadi tertarik
11.	Apakah Kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus ?	menurut saya kemasannya atau tampilan nya bagus
12.	Apakah sebagai konsumen setuju bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini ?	yang menurut saya makanan yang yang dibuat sesuai masa kini
13.	Setelah melihat konsumen lain memakai produk ichiban sushi MBK lampung anda tertarik untuk membeli?	Iya saya tertarik karena teman saya
14.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya bujukan orang lain	Saya diajak teman satu geng.
15.	Apakah anda Merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi MBK lampung ?	lumayan puas karena pelayanannya juga bagus

PETIKAN WAWANCARA
DENGAN KONSUMEN ICHIBAN SUSHI
MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG

Informan : Septianingsih

Tempat : Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

No	Fokus Yang Ditanya	Petikan Wawancara
1.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya kebutuhan ?	Tidak juga dengan kebutuhan karena saya hanya ingin mencicipi makanan di ichiban, lebih tepat nya gaya hidup.
2.	Apakah anda dapat membedakan produk halal dan tidak ?	Tidak dapat sepenuhnya paham selain dari logo halal
3.	Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?	Tidak juga karena logo halal tidak ada ataupun karena saya tidakmelihat karen terlalu kecil mungkin.
4.	Mengapa anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung ?	Karena saya melihat orang rang kayaknya makan disini enak.
5.	Berapa lama anda mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK lampung ?	Baru ini mencoba.
6.	Apakah anda membeli produk di ichiban sushi MBK lampung sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus ?	Sebanarnya kualitas nya baik, harga nya juga iya.
7.	Apakah Kualitas produk sangat	Sama saja menurut saya dengan restoran

	baik dibandingkan dengan yang lain ?	lain
8.	Apakah Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga anda berminat untuk membeli produk ?	Iya sesuai, namun ada beberapa pesanan yang saya pesan tidak sesuai dengan gambar
9.	Apakah anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung berdasarkan pengalaman orang lain ?	Iya jelas, karena saya melihat orang orang dulu baru saya ke ichiban.
10.	Benarkah Setelah melihat-lihat produk yang dijual anda tertarik untuk membeli ?	Iya saya tertarik
11.	Apakah Kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus ?	Tampilannya bagus
12.	Apakah sebagai konsumen setuju bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini ?	Ia saya setuju, sesuai dengan jaman now
13.	Setelah melihat konsumen lain memakai produk ichiban sushi MBK lampung anda tertarik untuk membeli?	Iya tertarik, karena saya juga ingin
14.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya bujukan orang lain	Karena keinginan saya sendiri.
15.	Apakah anda Merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi MBK lampung ?	Iya ,sangat puas. Pelayanan nya pun cukup baik.

PETIKAN WAWANCARA
DENGAN KONSUMEN ICHIBAN SUSHI
MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG

Informan : Tyas

Tempat : Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

No	Fokus Yang Ditanya	Petikan Wawancara
1.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya kebutuhan ?	Ya, karena saya membeli nya karena laper
2.	Apakah anda dapat membedakan produk halal dan tidak ?	Kalau dari segi produk tidak dapat membedakan, Cuma membedakan nya dari ada atau enggak logo halal di toko itu.
3.	Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?	Sebenarnya selama ini saya enggak tahu halal atau tidak karena tidak menemukan logo halal.
4.	Mengapa anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung ?	Saya sering membeli di ichiban sushi karena ada promo nya .
5.	Berapa lama anda mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK lampung ?	Kurang lebih setahun
6.	Apakah anda membeli produk di ichiban sushi MBK lampung sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus ?	Ya saya beli karena harga nya murah dan rasanya lumayan enak,jadi saya membeli di ichiban.
7.	Apakah Kualitas produk sangat	Dibandingan dengan restoran lain masih ada

	baik dibandingkan dengan yang lain ?	yang lebih diatas dari ichiban, namun lebih banyak diminatti karena lebih murah dan promo.
8.	Apakah Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga anda berminat untuk membeli produk ?	Iya sesuai dengan ada yang di foto dan buku menu.
9.	Apakah anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung berdasarkan pengalaman orang lain ?	Berdasarkan pengalaman orang lain, ada promo dan diberitahukan oleh nya, jadi saya tertarik makan di ichiban.
10.	Benarkah Setelah melihat-lihat produk yang dijual anda tertarik untuk membeli ?	Benar.
11.	Apakah Kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus ?	Tampilan makanan nya bagus dan restoran nya juga bagus.
12.	Apakah sebagai konsumen setuju bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini ?	Iya setuju, karena dia mengikuti trand agar laku di pasar.
13.	Setelah melihat konsumen lain memakai produk ichiban sushi MBK lampung anda tertarik untuk membeli?	Iya tertarik untuk membeli, karena melihat konsumen yang banyak ke ichiban.
14.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya bujukan orang lain	Bisa jadi , karena dapat info dari orang lain jadi pingin kesana.
15.	Apakah anda Merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi MBK lampung ?	Cukup puas, standar.

PETIKAN WAWANCARA
DENGAN KONSUMEN ICHIBAN SUSHI
MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG

Informan : Vitalia

Tempat : Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

No	Fokus Yang Ditanya	Petikan Wawancara
1.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya kebutuhan ?	Tidak karena kebutuhan , lebih ke keinginan seperti lagi pingin banget sushi jadi ya ke ichiban.
2.	Apakah anda dapat membedakan produk halal dan tidak ?	Bisa, melihat dari restoran tersebut , pasti ada atau tidak nya logo halal dan non halal.
3.	Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?	Halal,karena pengunjung lebih dominan islam dari terlihat menggunakan jilbab dan kemungkinan kecil kalau di mall itu restoran nya non halal dan diliat dari lokasi indonesia dan terlebih lampung mendominasi islam jadi tidak mungkin mereka menjual produk non halal.
4.	Mengapa anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung ?	Pertama karena promo, dan saya tertarik.baik dari diskon ramen sushi ataupun aplikais dana, shopee membuat rasa ingin membeli.
5.	Berapa lama anda mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK lampung ?	Biasanya saya makan disana 1 jam sampai dua jam karena tempat nya enak dan santai untuk ngobrol.
6.	Apakah anda membeli produk di ichiban sushi MBK lampung sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus	Karena keinginan dan ada promo , saya lebih suka ichiban dibanding sushi okage.kecuali kalau ichiban masih ramai baru menacari tempat lain.

	?	
7.	Apakah Kualitas produk sangat baik dibandingkan dengan yang lain ?	Iya,karena sushi nya enak dibanding yang lain.
8.	Apakah Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga anda berminat untuk membeli produk ?	Sejauh ini, selama saya makan dan beli disini sesuai dengan informasi yang ada.
9.	Apakah anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung berdasarkan pengalaman orang lain ?	Karena pengalaman orang lain.
10.	Benarkah Setelah melihat-lihat produk yang dijual anda tertarik untuk membeli ?	Iya saya tertarik membeli.
11.	Apakah Kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus ?	Iya tampilan nya bagus, cukup menarik.
12.	Apakah sebagai konsumen setuju bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini ?	Iya setuju, karena mereka sesuai trend saat ini untuk bayar pakai Shopepay dana dll.
13.	Setelah melihat konsumen lain memakai produk ichiban sushi MBK lampung anda tertarik untuk membeli?	Iya saya tertarik, karena yang ramai itu mengundang rasa penasaran konsumen.
14.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya bujukan orang lain	Karena keinginan dan pingin.
15.	Apakah anda Merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi MBK lampung ?	Cukup puas dengan pelayanan dari ichiban.

PETIKAN WAWANCARA
DENGAN KONSUMEN ICHIBAN SUSHI
MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG

Informan : Desi Wulandari

Tempat : Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

No	Fokus Yang Ditanya	Petikan Wawancara
1.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya kebutuhan ?	Tidak karena kebutuhan lebih keinginan.
2.	Apakah anda dapat membedakan produk halal dan tidak ?	Bisa berdasarkan menu menu yang ada di restoran
3.	Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?	Iya, karena kalau tidak hala tidak mungkin saya makan.
4.	Mengapa anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung ?	Karena kalau beli banyak promo, jadi lebih murah.
5.	Berapa lama anda mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK lampung ?	Kurang lebih 1,5 jam sampai 2 jam.
6.	Apakah anda membeli produk di ichiban sushi MBK lampung sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus ?	Karena harga , lebih seing promo dan diskon kalau unntuk kualitas sesuai dengan harga. Untuk kualitas bagus.
7.	Apakah Kualitas produk sangat	Kalau sangat baik tidak juga,karena saya

	baik dibandingkan dengan yang lain ?	pribadi belum pernah makan direstoran sejenis ichiban di tempat lain.
8.	Apakah Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga anda berminat untuk membeli produk ?	Iya sesuai dengan ada yang instagram.
9.	Apakah anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung berdasarkan pengalaman orang lain ?	Berdasarkan orang lain.
10.	Benarkah Setelah melihat-lihat produk yang dijual anda tertarik untuk membeli ?	Iya betul tertarik.
11.	Apakah Kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus ?	Tidak terlalu bagus, namun cukup bagus.
12.	Apakah sebagai konsumen setuju bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini ?	Iya setuju, contohnya ada produk saos mantai sushi.
13.	Setelah melihat konsumen lain memakai produk ichiban sushi MBK lampung anda tertarik untuk membeli?	Iya saya langsung tertarik.
14.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya bujukan orang lain	Karena bujukan orang lain atau kadang ingin sendiri.
15.	Apakah anda Merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi MBK lampung ?	Iya sangat puas dan sesuai dengan makanan yang enak dan tempat nya juga enak.

PETIKAN WAWANCARA
DENGAN KONSUMEN ICHIBAN SUSHI
MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG

Informan : Lia

Tempat : Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

No	Fokus Yang Ditanya	Petikan Wawancara
1.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya kebutuhan ?	Ya, karena kebutuhan karena saya suka makan sushi.
2.	Apakah anda dapat membedakan produk halal dan tidak ?	Bisa, karena sering diberitahukan sama pegawai disana.
3.	Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?	Halal
4.	Mengapa anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung ?	Karena produk nya sesuai denga harga harga
5.	Berapa lama anda mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK lampung ?	Sejaka awal ada di lampung, sering makan.
6.	Apakah anda membeli produk di ichiban sushi MBK lampung sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus ?	Kualitas nya bagus dan sangat terjangkau.
7.	Apakah Kualitas produk sangat	Bagus.

	baik dibandingkan dengan yang lain ?	
8.	Apakah Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga anda berminat untuk membeli produk ?	Benar, Berdasarkan menu menu di ichiban
9.	Apakah anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung berdasarkan pengalaman orang lain ?	Dari diri sendiri.
10.	Benarkah Setelah melihat-lihat produk yang dijual anda tertarik untuk membeli ?	Benar, saya tertarik
11.	Apakah Kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus ?	Tampilan makanannya bagus dan menarik.
12.	Apakah sebagai konsumen setuju bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini ?	Iya setuju.
13.	Setelah melihat konsumen lain memakai produk ichiban sushi MBK lampung anda tertarik untuk membeli?	Iya tertarik karena ramai.
14.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya bujukan orang lain	Enggak, karena keinginan sendiri.
15.	Apakah anda Merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi MBK lampung ?	Iya sangat puas.

PETIKAN WAWANCARA
DENGAN KONSUMEN ICHIBAN SUSHI
MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG

Informan : Ika Nur Pratiwi

Tempat : Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

No	Fokus Yang Ditanya	Petikan Wawancara
1.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya kebutuhan ?	Karenaa faktor lain karena promo
2.	Apakah anda dapat membedakan produk halal dan tidak ?	Bisa
3.	Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?	Menurut aku halal, karena sushinya sudah mateng, tapi enggak yakin juga karena tidak ada logo halal
4.	Mengapa anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung ?	Karena promo dan karena lapar.
5.	Berapa lama anda mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK lampung ?	Sekitar setahun
6.	Apakah anda membeli produk di ichiban sushi MBK lampung sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus ?	Sesuai dengan harga dan kualitas nya lumayan bagus dan gak terlalu jepang banget.
7.	Apakah Kualitas produk sangat	Iya lumayan bagus, karena sushinya

	baik dibandingkan dengan yang lain ?	manteng.
8.	Apakah Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga anda berminat untuk membeli produk ?	Iya sesuai , lumayan sama.
9.	Apakah anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung berdasarkan pengalaman orang lain ?	Karena pegalaman orang lain,dan liat di instagram.
10.	Benarkah Setelah melihat-lihat produk yang dijual anda tertarik untuk membeli ?	Iya tertarik.
11.	Apakah Kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus ?	Tampilan bagus, sesuai dan lucu
12.	Apakah sebagai konsumen setuju bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini ?	Setuju, sesuai tren masa kini.
13.	Setelah melihat konsumen lain memakai produk ichiban sushi MBK lampung anda tertarik untuk membeli?	Iya tertarik, dan liat di ig story orang lain
14.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya bujukan orang lain	Keinginan dari diri sendiri.
15.	Apakah anda Merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi MBK lampung ?	Iya puas, lumayan puas aja.

PETIKAN WAWANCARA
DENGAN KONSUMEN ICHIBAN SUSHI
MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG

Informan : Mona Dwi Sari

Tempat : Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

No	Fokus Yang Ditanya	Petikan Wawancara
1.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya kebutuhan ?	Tidak kebutuhan,karena faktor lain yaitu tempat nya bagus.
2.	Apakah anda dapat membedakan produk halal dan tidak ?	Bisa, kita pilih yang udah mateng dan jangan pilih yang ada bacaan nya poor.
3.	Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?	Tidak tahu karena tidak menemukan logo halal
4.	Mengapa anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung ?	Karena memenuhi rasa penasaran. Dan tidak waiting list
5.	Berapa lama anda mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK lampung ?	Baru tiga kali makan di ichiban.
6.	Apakah anda membeli produk di ichiban sushi MBK lampung sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus ?	Karena promo dan ada diskon namun pajaknya besar tapi pelayannya baik.
7.	Apakah Kualitas produk sangat	Cukup baik sejauh ini

	baik dibandingkan dengan yang lain ?	
8.	Apakah Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga anda berminat untuk membeli produk ?	Iya karena free teh oca dan boleh refill dan sesuai dengan menu
9.	Apakah anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung berdasarkan pengalaman orang lain ?	Dari keinginan sendiri karena tempat nya hits dan aestetik jadi pingin beli
10.	Benarkah Setelah melihat-lihat produk yang dijual anda tertarik untuk membeli ?	Iya tertarik karena bikin ngiler.
11.	Apakah Kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus ?	Iya lumayan bagus.
12.	Apakah sebagai konsumen setuju bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini ?	Iya mengikuti trend masa kini,
13.	Setelah melihat konsumen lain memakai produk ichiban sushi MBK lampung anda tertarik untuk membeli?	Iya tertarik untuk membeli.
14.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya bujukan orang lain	Karena bujukan dari teman
15.	Apakah anda Merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi MBK lampung ?	Iya sangat puas karena nasi nya banyak

PETIKAN WAWANCARA
DENGAN KONSUMEN ICHIBAN SUSHI
MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG

Informan : Najla Salwa Putri

Tempat : Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

No	Fokus Yang Ditanya	Petikan Wawancara
1.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya kebutuhan ?	Ya, karena kebutuhan. Dan memang suka makan sushi ichiban.
2.	Apakah anda dapat membedakan produk halal dan tidak ?	Bisa berdasarkan logo halal
3.	Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?	Kurang tahu karena enggak tahu ada logo halal atau enggak.
4.	Mengapa anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung ?	Karen tempat nya nyaman , bersih, dan banyak diskon kalau non tunai.
5.	Berapa lama anda mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK lampung ?	2 tahun
6.	Apakah anda membeli produk di ichiban sushi MBK lampung sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus ?	Sejauh ini cukup sesuai dengan gambar
7.	Apakah Kualitas produk sangat	Karena rekomendasi orang lain

	baik dibandingkan dengan yang lain ?	
8.	Apakah Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga anda berminat untuk membeli produk ?	Tampilan ataupun penyajiannya cukup bagus dan sesuai dengan gambar.
9.	Apakah anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung berdasarkan pengalaman orang lain ?	Berdasarkan diri sendiri
10.	Benarkah Setelah melihat-lihat produk yang dijual anda tertarik untuk membeli ?	Iya saya tertarik untuk membeli
11.	Apakah Kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus ?	Iya penyajiannya bagus sesuai dengan gambar.
12.	Apakah sebagai konsumen setuju bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini ?	Iya mengikuti trend masa kini
13.	Setelah melihat konsumen lain memakai produk ichiban sushi MBK lampung anda tertarik untuk membeli?	Iya saya tertarik
14.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya bujukan orang lain	Dari diri sendiri walaupun awalnya berdasarkan rekomendasi
15.	Apakah anda Merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi MBK lampung ?	Iya saya sangat puas dengan produk ichiban

PETIKAN WAWANCARA
DENGAN KONSUMEN ICHIBAN SUSHI
MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG

Informan : Tria Prabawati

Tempat : Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

No	Fokus Yang Ditanya	Petikan Wawancara
1.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya kebutuhan ?	Tidak , karena keinginan untuk membelinya
2.	Apakah anda dapat membedakan produk halal dan tidak ?	Enggak bisa membedakan, karena di ichiban enggak ada logo halal nya
3.	Menurut anda apakah produk ichiban sushi MBK lampung termasuk produk halal ?	Tidak tahu, saya masih ragu
4.	Mengapa anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung ?	Karena enak dan ada promo
5.	Berapa lama anda mengkonsumsi produk ichiban sushi MBK lampung ?	Sejak dua tahun lalu ssaya mengkonsumsi produk di ichiban
6.	Apakah anda membeli produk di ichiban sushi MBK lampung sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus ?	Sesuai karena saya sering mendapatkan promo
7.	Apakah Kualitas produk sangat	Dari kualitas dan rasa masih ada yang diatas

	baik dibandingkan dengan yang lain ?	ichiban
8.	Apakah Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga anda berminat untuk membeli produk ?	Iya sesuai
9.	Apakah anda memutuskan untuk membeli produk ichiban sushi MBK lampung berdasarkan pengalaman orang lain ?	Karena pengalaman orang lain diawal setelah nya karena keinginan sendiri
10.	Benarkah Setelah melihat-lihat produk yang dijual anda tertarik untuk membeli ?	Benar saya tertarik
11.	Apakah Kemasan produk ichiban sushi MBK lampung sangat bagus ?	Lumayan bagus
12.	Apakah sebagai konsumen setuju bahwa produk ichiban sushi MBK lampung mengikuti trend masa kini ?	Iya sesuai trand masa kini
13.	Setelah melihat konsumen lain memakai produk ichiban sushi MBK lampung anda tertarik untuk membeli?	Iya jadi ingin karena tertarik orang lain
14.	Apakah anda membeli produk ichiban sushi MBK lampung karna adanya bujukan orang lain	Kadang diajak , terkadang juga karena keinginan sendiri
15.	Apakah anda Merasa sangat puas dengan produk ichiban sushi MBK lampung ?	Cukup puas

Lampiran 4

HASIL OBSERVASI

**PEDOMAN OBSERVASI UNTUK MENGETAHUI TINGKAT KESADARAN KONSUMEN ATAS PRODUK HALAL
DI ICHIBAN SUSHI MALL BOEMI KEDATON BANDAR LAMPUNG.**

Hari / Tanggal : Rabu / 13-01-2021

No	Aspek-Aspek Pelayanan Yang Diamati	Pernyataan		Keterangan
		Ya	Tidak	
1.	Menyambut Tamu		✓	Tidak ditambah.
2.	Memberi Salam		✓	Tidak di beri salam
3.	Kuku Tidak Panjang Dan Tidak Kotor	✓		Kuku pendek dan bersih.
4.	Memakai Seragam	✓		Semua pelayan memakai seragam
5.	Baju Dimasukkan	✓		Baju pelayan semua di masukkan
6.	Memakai Kat Pinggang	✓		Semua pelayan memakai 1kt pinggang
7.	Memakai Sepatu	✓		Pelayan menggunakan sepatu
8.	Membawa Bulpoint Dan Note	✓		Pelayan membawa bulpoint & book
9.	Melakukan Kontak Mata Secara Langsung Dengan Tamu	✓		Pelayan melatuk kontak mata secara langsung saat konsumen memesan menu.
10.	Kontak Mata Disertai Dengan Senyuman		✓	Tidak disertai dengan senyum.
11.	Posisi Kepala Tegak		✓	Posisi kepala menunduk.
12.	Mengangguk Kepala Sebagai Syarat Hormat Dan Persetujuan	✓		Pelayan mengangguk kepala sebagai syarat hormat & persetujuan.
13.	Mengantar Tamu Sampai Ke Tempat Duduk		✓	Tamu tidak diantar
14.	Mempersilahkan Tamu Duduk		✓	Tamu tidak diperlihatkan duduk.
15.	Memberikan Daftar Menu	✓		Pelayan memberikan daftar menu.
16.	Menjelaskan Isi Menu	✓		Jika konsumen bertanya baru dijelaskan
17.	Mencatat Setiap Pesanan	✓		Pelayan mencatat semua pesanan konsumen.
18.	Membacakan Kembali Pesanan	✓		Pelayan membacakan ulang pesanan.
19.	Mengucapkan Mohon Ditunggu	✓		Jika konsumen dipersilahkan untuk menunggu.
20.	Mengantar Pesanan	✓		Jika pelayan mengantarkan pesanan
21.	Mempersilahkan Makan	✓		Pelayan mempersilahkan makan
22.	Menawarkan Makanan Atau Minuman Tambahan	✓		Jika pelayan menawarkan menu tambahan.

23.	Memberikan Bill Check	✓			fasis memberikan bill check setelah pembayaran.
24.	Menyatakan Terima Kasih	✓			ya, fasir mengucapkan terima kasih.
25.	Nada Bicara Cukup Keras		✓		Tidak cukup keras.
No	Aspek-Aspek Restoran Yang Diamati	Pernyataan		Keterangan	
		Ya	Tidak		
1.	Meja bersih	✓			Ya, meja bersih & rapih.
2.	Kursi bersih	✓			Ya, kursi bersih
3.	Makanan fresh (dibuat setelah pemesanan)	✓			Makanan dibuat setelah pemesanan
4.	Produk memiliki logo halal		✓		Tidak terdapat logo halal pada produk.
5.	Produk makanan menyertakan komposisi	✓			Menyertakan komposisi di buku menu.

Observer,


Dwi Susanti
 NPM. 1042110374

Lampiran 4

HASIL FOTO



Suasana Lingkungan



Prduk ichiban



Suasana restoran









Sesi wawancara



Produk iciban