

## PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN TA WAN DI KOTA SURABAYA

**Arina Nailil Muna**

Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia  
Email: arina.20071@mhs.unesa.ac.id

**Khusnul Fikriyah**

Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia  
Email: khusnulfikriyah@unesa.ac.id

### Abstrak

Perlunya setiap industri kuliner untuk menjamin kehalalan produk terutama restoran yang menjual makanan yang berasal dari luar Negeri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Ta Wan di Kota Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sumber data primer melalui penyebaran kuesioner secara online. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive non-probability, dengan jumlah 75 responden dan dianalisis menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan implikasi langsung bagi restoran apa bila ingin mempertahankan dan menarik pelanggan muslim perlu memperhatikan aspek label halal dan pelayanan. Restoran Ta Wan bisa melakukan pemasaran yang menonjolkan pentingnya kehalalan produk mereka dan layanan yang ramah serta profesional, sehingga lebih meyakinkan pelanggan dalam memilih restoran tersebut.

**Kata Kunci** : Labelisasi Halal, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

### Abstract

*It is necessary for every culinary industry to guarantee halal products, especially restaurants that sell food from abroad. The purpose of this study was to determine the effect of halal labeling and service quality on customer loyalty at the Ta Wan restaurant in Surabaya City. This research method uses a quantitative method with an associative approach. Primary data sources through the distribution of online questionnaires. The sampling technique used in this study was a purposive non-probability technique, with 75 respondents and analyzed using SmartPLS 4.0. The results showed that halal labeling had a positive and significant effect on customer loyalty, service quality also had a positive and significant effect on customer loyalty. This study provides direct implications for restaurants if they want to maintain and attract Muslim customers, they need to pay attention to the halal label and service aspects. Ta Wan Restaurant can carry out marketing that emphasizes the importance of the halalness of their products and friendly and professional service, so that customers are more convinced in choosing the restaurant.*

**Keywords:** Halal Labeling, Service Quality, Customer Loyalty.

## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan globalisasi menambah pengaruh terhadap munculnya interaksi antar Negara dalam bidang ekonomi, dengan adanya globalisasi yang menciptakan terhubungnya negara satu sama lain. Perdagangan antarnegara (impor dan ekspor) merupakan kegiatan perekonomian yang memerlukan penukaran barang dan pelayanan

antara berbagai negara, semua negara akan mempunyai hubungan dengan negara lain. Proses globalisasi akan terus berlangsung dengan kecepatan yang semakin pesat sesuai dengan pergeseran kebutuhan masyarakat global. Berkembangnya perubahan telah meningkatkan tingkat hubungan ekonomi yang saling bergantung dan persaingan antar negara-negara. Bukan dengan perdagangan internasional, namun dengan sektor produksi, investasi dan keuangan (Tambunan 2009).

Aktivitas impor dan ekspor dapat berpengaruh dengan salah satu kegiatan perekonomian yang tidak dapat dipisahkan dari perdagangan Internasional. Aktivitas masuk dan keluarnya modal suatu negara dan mempengaruhi perekonomian suatu negara (Salvatore 2021). Aktivitas munculnya impor dan ekspor yang mempunyai dampak terhadap perekonomian suatu negara. Indonesia harus siap untuk menghadapi perubahan dari segala aspek kehidupan, salah satunya munculnya dampak impor dari luar negeri yaitu industri kuliner makanan khas luar negeri. Sehingga hal tersebut menjadi peluang produsen untuk membuat restoran yang menjual makanan khas luar negeri di Indonesia. Keunggulan dari adanya makanan khas luar negeri adalah variasi menu makanan yang berbeda dari makanan lokal dengan membangun brand dan suasana yang khas, serta dapat menambah pengalaman pelanggan untuk merasakan sensasi berada di Negara tersebut. Munculnya restoran tersebut akan menjadi favorit bagi masyarakat Indonesia yang menjual makanan khas dari luar negeri.

Dalam segi *customer experience*, restoran yang menjual makanan luar negeri dapat memberikan pengenalan akan budaya makanan dari luar negeri. Pelanggan dapat mengetahui budaya, suasana dan cita rasa makanan yang dikonsumsinya. Menjadi suatu pengalaman yang menarik dan berkesan bagi pelanggan yang menyukai eksplorasi dan pengetahuan tentang budaya kuliner (Indah Handaruwati 2021). Dengan datangnya budaya kuliner luar negeri di Indonesia, masyarakat Indonesia untuk harus lebih selektif dalam memutuskan pembelian, dan perlunya setiap industri kuliner untuk menjamin kehalalan produk terutama restoran yang menjual makanan luar negeri. Karena dengan masyarakat Indonesia yang mayoritas orang muslim, maka produsen harus memberikan jaminan makanan halal.

Berdasarkan dengan data dari Kemendagri (Mustajab, 2024), penduduk Indonesia berjumlah sebanyak 282.477 juta jiwa terhitung pada akhir tahun 2024. Dengan 245,9 juta orang yang menganut agama Islam di Indonesia, Adanya pertumbuhan populasi muslim dunia yang signifikan akan berpengaruh pada jumlah permintaan akan produk halal. Dengan naiknya jumlah permintaan dan keinginan terhadap produk dan jasa halal akan menjadi peluang bisnis baru yang potensial (Farichah and Yasin 2023). Hal ini disebabkan karena adanya dukungan regulasi peraturan pemerintah per tahun 2024, sesuai dengan petunjuk pada tabel 1.

**Tabel 1. Jumlah Penduduk Indonesia berdasarkan Agama**

No.	Agama	Jumlah
1.	Islam	245,97 Juta
2.	Kristen	20,91 Juta
3.	Katolik	8,67 Juta
4.	Hindu	4,74 Juta
5.	Budha	2 Juta

Sumber: Kemendagri (2024)

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, yang aturan mewajibkan seluruh barang atau badan usaha harus tersertifikasi halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal

(BPJPH), badan baru di bawah Kementerian Agama, yang berlaku mulai 17 Oktober 2019. Dengan tiga kategori produk yang wajib memiliki sertifikasi halal pada tahap pertama pada tahun 2024. Apabila pada tahun 2024 belum bersertifikasi halal, maka pelaku usaha tersebut akan dikenai hukuman (Indah 2023). BPJPH menyelenggarakan layanan sertifikasi halal, pengajuan untuk sertifikasi halal dapat dilakukan secara online dengan mengunggah: data pada pelaku usaha, nama dan jenis produk, daftar produk dan bahan yang digunakan, serta proses pengolahan produk dan dokumen tentang sistem jaminan halal (Yasin dkk, 2023).

Pada Oktober 2022, Sistem Informasi Halal (SiHalal) mencatat terdapat 749.971 produk yang bersertifikasi Halal selama periode waktu 2019-2022. Melihat data yang ada, rata-rata 250.000 produk bersertifikasi halal per tahun. Menurut ajaran Islam dijelaskan dalam Surat Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) dibumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”. (QS. Al-Baqarah, 168)

Tafsir yang disampaikan oleh Al Muiyyassar atau Kementrian Agama saudi Arabiah pada Surat Al-Baqarah ayat 168 “Wahai manusia, Makanlah dari nikmat Allah yang diharamkan bagi kalian yang di bumi, dalam keadaan bersih dan tidak najis, yang bermanfaat dan tidak merugikan, dan janganlah kalian mengikuti jejak setan dalam menentukan apa yang halal dan haram begitu pula dengan maksiat. Sesungguhnya ia adalah musuh kalian dan permusuhan itu sangat nyata (TafsirWeb).

Saat ini adanya label halal pada produk makanan diperlukan. Ketentuan dengan menjamin produk halal tentunya harus diterapkan pada semua industri halal dengan memperhatikan kualitas dan pelayanan yang diberikan. Sehingga pelanggan dapat memastikan kepuasan terhadap produk dan layanan yang menciptakan loyalitas pelanggan untuk menjadi daya tarik pelanggan agar membeli ulang (Putro 2014), hal ini didukung oleh penelitian terdahulu menurut (Hasib and Khoirul Anwar 2020) menyatakan bahwa label halal mempengaruhi loyalitas pelanggan, karena dalam Islam makanan dengan kandungan label halal dapat menjamin kesehatan tubuh.

Pentingnya kualitas pelayanan dalam suatu restoran, pelanggan yang merasa puas cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Menurut (Tjiptono 2016) merupakan dimensi seberapa baik nilai layanan yang diberikan untuk mampu mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan merupakan timbul perasaan senang atau kecewa ketika suatu produk dibandingkan dengan harapan pelanggan. Apabila tidak memenuhi harapan, maka pelanggan merasa tidak puas, apabila harapan sudah terpenuhi, maka pelanggan akan memberikan kepuasan. Ketika kinerja mewujudkan ekspektasi, pelanggan akan merasa sangat puas (Onata and Mukaram 2023) Karena labelisasi halal dan kualitas pelayanan yang menjadi pertimbangan dalam memilih restoran atau tempat makan yang mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan.

Seorang konsumen dikatakan loyal atau setia jika konsumen tersebut membentuk tingkah laku pembelian yang tetap atau apabila suatu keadaan yang mengharuskan konsumen tersebut membentuk pembelian kurang dari dua kali dalam periode waktu yang ditentukan. Loyalitas pelanggan memegang peranan yang sangat penting, terutama

untuk restoran yang mampu menarik dan mempertahankan pelanggan, dengan restoran yang sudah berlabel halal menambah kepercayaan pelanggan dan juga pelayanan yang baik, ramah, konsisten yang sudah diberikan oleh restoran (Mashuri 2020) menyatakan bahwa pelanggan secara pribadi dan dengan penuh perhatian untuk tetap setia dan terus berkembang untuk restoran, salah satunya yang menjual makanan khas China yang terdapat di Indonesia, karena sebagian keturunan China menetap di Indonesia

Berdasarkan sebuah penelitian (Wong 2016) tercatat melebihi 8 juta orang turunan Tionghoa tinggal di Indonesia. Sehingga, menurut penelitian Indonesia menjadi negara dengan jumlah diaspora terbesar. Karena besarnya pengaruh China ke Indonesia menjadikan inovasi kuliner China, yang sudah berupaya untuk melakukan kerjasama dalam melakukan labelisasi halal pada produk makanan (Fatkhurohmah 2015).

Halal bukan hanya sekedar label halal yang wajib untuk pemeluk suatu agama, namun halal juga menjadi suatu labelisasi agar pelanggan mendapatkan kepastian hukum mengenai makanan dan produk yang dikonsumsi. Sesuai dengan peraturan UU Nomor 33, pasal 1 ayat 11 Tahun 2014 disebutkan bahwa label halal merupakan penanda kehalalan suatu produk.

**Tabel 2. Jumlah diaspora China di Indonesia tahun 2011**

Negara	Jumlah Populasi	Jumlah diaspora China
Indonesia	248.00	8010.72
Thailand	64.26	7512.60
Malaysia	28.73	6540.80
Singapore	5.26	2808.30
Philippines	95.83	1243.16

Sumber: Paston dan Wong (2016)

Salah satu Restoran yang menjual makanan khas China adalah Restoran Ta Wan, yang sudah berdiri sejak 1996 di Jakarta yang menyajikan hidangan khas China dengan sentuhan lokal untuk menyesuaikan selera orang Indonesia. Selama 20 tahun terakhir, Restoran Ta Wan berhasil bersaing dengan restoran yang sejenis lainnya, dibuktikan dengan muncul banyaknya cabang di setiap kota besar di Indonesia (Web Ta Wan Restoran, 2021). Restoran Ta Wan sendiri berhasil mempunyai outlet terbanyak di Indonesia, dengan jumlah 103 outlet yang menyebar keseluruh Indonesia. Salah satunya adalah Jawa Timur dengan jumlah 6 outlet Restoran Ta Wan yaitu 5 outlet berada di Surabaya, dan 1 outlet berada di Malang.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Grace Rawung, Cellina, S. L. H V Joyce Lopian (2023) dengan judul "*The Effect of Halal Label, Product Quality, and Price on Consumer Loyalty of Chicken Meat at Golden Supermarket Manado*" hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial label halal berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Basith 2014) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Maftukhin 2014) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Chaniago 2020) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil dari penjelasan yang terdapat pada latar belakang tersebut, maka tujuan penelitian ini untuk menganalisis "Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya". Hasil penelitian diharapkan mampu menunjukkan apakah labelisasi halal dan kualitas

pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Adapun variabel independen dalam penelitian ini, Labelisasi Halal dan Kualitas Pelayanan dan variabel dependennya, Loyalitas Pelanggan dengan objek penelitian pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Kota Surabaya, pada bulan November 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah dari pelanggan Restoran Ta Wan di Kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive non-probability*, yaitu teknik yang menentukan sampel berdasarkan kriteria tertentu untuk memudahkan peneliti dalam mengumpulkan sampel. Adapun sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini merupakan pelanggan yang pernah melakukan pembelian pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir dan pelanggan yang berdomisili atau tinggal di Surabaya

Jumlah sampel yang diambil ditentukan berdasarkan teori (Ferdinand 2014) dengan pedoman ukuran sampel, 100-200 sampel untuk maximum *Likelihood Esti Mation*, tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dengan ukuran sampel yaitu indikator dikali 5 – 10. Oleh karena itu, untuk penelitian ini ditentukan jumlah indikator 15 x 5 = 75 responden. Data primer dalam penelitian ini seperti hasil kuesioner dan observasi pada pelanggan Restoran Ta Wan di Kota Surabaya. Dalam mengukur pandangan, sikap atau opini individu atau kelompok terhadap pernyataan kuesioner digunakan skala ukur berupa skala *likert* empat poin (1= Sangat tidak setuju, 2= Tidak setuju, 3= Setuju, 4= Sangat setuju). Sementara pada teknik analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan *Structural Equation Modal* (PLS-SEM).

**Tabel 3 definisi operasional variabel**

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
1.	Labelisasi Halal (X1)	1. Gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi gambar dan tulisan 4. Menempel pada Kemasan (Izzuddin 2018)	1-12
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	1. <i>Reliability</i> 2. <i>Responsivenees</i> 3. <i>Assurances</i> 4. <i>Tangibles</i> 5. <i>Emphaty</i> (Kotler 2016)	1-15
3.	Loyalitas Pelanggan (Y)	1. <i>Repeat Order</i> 2. Terbiasa mengkonsumsi <i>brand</i> 3. Menyukai <i>brand</i> 4. Setia terhadap <i>brand</i> 5. Beranggapan <i>brand</i> tersebut terbaik 6. Rekomendasi (Sangadji 2014)	1-18

Sumber: Data diolah penulis (2024)

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana pengaruh labelisasi halal dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Restoran Ta Wan di Kota Surabaya.

Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dan status pekerjaan.

**Tabel 4. Karakteristik Responden**

Keterangan	Responden	Jumlah Responden	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	7	9,3%
	Perempuan	68	90,7%
	Total	75	100%
Status Pekerjaan	Pelajar	5	6,7%
	Mahasiswa	27	36%
	Pekerja	43	57,3%
	Total	75	100%

Sumber: Data Primer (2024)

Berdasarkan data pada tabel 4. diatas, dari total 75 responden terdapat 7 responden berjenis laki-laki dengan presentase 9,3% dan sebesar 68 responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase 90,7% dari total responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa jumlah responden pelanggan Restoran Ta Wan mayoritas adalah perempuan dibandingkan dengan laki-laki yang lebih sedikit. Dari total 75 responden status pekerja sebanyak 43 responden dengan presentase 57,3%, responden dengan status mahasiswa berjumlah 27 responden dengan presentase 36% dan paling rendah responden pelajar berjumlah 5 responden dengan presentase 6,7%. Hasil analisis menunjukkan bahwa jumlah responden pelanggan Restoran Ta Wan didominasi oleh Pekerja.

#### Uji Validitas

Dalam penelitian ini terdapat dua uji, yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*. Berdasarkan hasil pengujian uji validitas yang sudah dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 4, didapatkan bahwa terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai kurang dari 0,7 atau dengan kata lain tidak valid. Adapun indikator yang tidak valid nilainya yaitu pada LH 1.1, LH 2.1, LH 3.1, LH 3.3. Sehingga dilakukanlah pengujian ulang dengan menghilangkan item instrument yang tidak valid. Setelah dilakukannya uji validitas ulang didapatkan bahwa keseluruhan item sisa dinyatakan valid atau memiliki nilai *loading factor* lebih dari 0.7.

#### Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, dilakukan pengujian reliabilitas berdasarkan nilai *cronbach's alpha*. Nilai yang diharapkan dari *cronbach's alpha* pada penelitian ini > 0,7 untuk dapat memenuhi kriteria sehingga dapat dikatakan reliabel (Ghozali 2015). Adapun hasil pengujian itu sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.957	Reliabel
Labelisasi Halal	0.922	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0.966	Reliabel

Sumber: Data Primer (2024)

Berdasarkan pada tabel di atas nilai uji *cronbach's alpha* menunjukkan angka yang lebih tinggi dari 0,7. Oleh karena itu, item pernyataan dalam penelitian ini terbukti reliabel dan dapat dipergunakan dalam penelitian berikutnya.

#### Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini adalah dengan melihat hasil dari uji *path coefficients* dengan mempertimbangkan nilai *t statistics* dan nilai *p values* untuk melihat hipotesis dapat diterima atau ditolak.

**Tabel 6. Path Coefficients**

	<b>T Statistics</b>	<b>P Values</b>
Labelisasi Halal -> Loyalitas Pelanggan	3.723	0.000
Kualitas Pelayanan -> Loyalitas Pelanggan	4.494	0.000

Berdasarkan hasil pengujian di atas, berikut merupakan interpretasinya:

Pengaruh labelisasi halal terhadap loyalitas pelanggan menghasilkan *t-statistics* sebesar (3,723 > 1,96) dan nilai *p values* (0,000 < 0,05). Berdasarkan hasil uji tersebut, hipotesis H1 dapat dinyatakan diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Ta Wan di Kota Surabaya. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan menghasilkan *t-statistic* (4,494 > 1,96) dan *p values* (0,000 < 0,05). Berdasarkan hasil uji tersebut, hipotesis H2 dapat dinyatakan diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya.

#### **Uji Kebaikan dan Kecocokan Model**

Setelah melakukan uji koefisien jalur, maka selanjutnya melakukan uji kebaikan dan kecocokan model yang dilakukan dengan pengujian *R-Square*. Dengan menyajikan jumlah besarnya variasi dari konstruk yang dijelaskan oleh model.

Tabel 7. Hasil R-Square

	<b>R-Square</b>	<b>R-Square adjusted</b>
Loyalitas Pelanggan	0.599	0.588

Sumber: Data Primer (2024)

Berdasarkan nilai *R Square* pada tabel di atas menunjukkan bahwa besarnya pengaruh labelisasi halal dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 59,9%. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa nilai mempunyai pengaruh yang moderat atau sedang.

#### **Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya.**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa variabel labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya. Dalam artian apabila restoran mempunyai atau mencantumkan label halal maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang atau meningkatnya loyalitas pelanggan pada restoran. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Grace Rawung et al. 2023) yang berjudul “Pengaruh Halal Label, Product Quality, and Price on Consumer Loyalty of Chicken Meat at Golden Supermarket Manado”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2019) yang berjudul “Pengaruh Label Halal, Brand Image, dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen di Segi Sambel Waroeng Jangkrik Cabang Jemursari Surabaya”. Hasil penelitian menyebutkan bahwa labelisasi halal tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Segi Sambel Waroeng Jangkrik Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan Restoran Ta Wan di Kota Surabaya mengetahui adanya label halal pada restoran, sehingga pelanggan merasa loyal pada restoran. Dengan adanya label halal pelanggan juga mengetahui dengan baik bahwa makanan pada Restoran Ta Wan aman untuk dikonsumsi. Labelisasi halal juga harus dicantumkan pada semua produk khususnya makanan pada Restoran Ta Wan di Kota

Surabaya. Berdasarkan jawaban responden pada variabel labelisasi halal, semua indikator menghasilkan skor yang tinggi dan indikator yang memperoleh nilai tertinggi yaitu Tulisan dan Kombinasi Gambar dan Tulisan. Hal ini menunjukkan bahwa labelisasi halal pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya dinilai lebih tinggi oleh pelanggan, khususnya pada label halal yang jelas dari segi tulisan dan juga kombinasi dari gambar dan tulisan.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden dapat merasakan makanan khas dari luar negeri yang sudah berlabel halal khususnya untuk menikmati makanan dan minuman bersama dengan keluarga. Hal ini ditunjukkan dari hasil responden penelitian yang apabila dikaitkan dengan beberapa karakteristik status pekerjaan mulai dari pelajar, mahasiswa hingga pekerja. Pelanggan setia restoran yang mayoritas sudah memiliki keluarga atau sudah memiliki pekerjaan. Dengan mayoritas pelanggan yang bekerja atau yang sudah berkeluarga, pelanggan merasa loyal karena makanan dengan porsi banyak yang dapat dinikmati bersama keluarga dan sudah bersertifikasi halal. Hal tersebut menimbulkan rasa aman dan sehat kepada pelanggan dengan adanya jaminan makanan halal pada restoran, pelanggan juga merasa puas karena sesuai dengan harapan atau ekspektasi dari makanan halal yang dikonsumsi pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya.

Berdasarkan PP Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, yang peraturan mewajibkan bahwa setiap barang atau badan usaha harus tersertifikasi halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Regulasi peraturan tersebut lebih memberikan kepercayaan kepada pelanggan muslim yang merasa aman dalam mengonsumsi makanan pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya dan juga pelanggan mendapatkan jaminan bahwa makanan tersebut sudah aman. Maka dari itu harapan pelanggan untuk Restoran Ta Wan di Kota Surabaya tetap harus mempertahankan kehalalan untuk menjaga keloyalitan pelanggannya.

Apabila dikaitkan dengan kajian teori labelisasi halal yang merupakan pentingnya pencantuman label halal pada restoran, agar pelanggan mengetahui bahwa makanan pada restoran tersebut sudah berlabel halal dan melindungi pelanggan dari makanan yang tidak halal. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Hasan (2014) bahwa label halal merupakan pencantuman tulisan halal pada produk dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki status sebagai produk halal. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, bahwa peraturan berlaku untuk semua pelaku usaha yang diwajibkan untuk memberikan tanda atau label halal pada produk makanan dan minuman agar pelanggan mengetahui komposisi dari produk-produk tersebut. Hal ini juga sejalan dengan yang dikemukakan oleh Syafrida (2016) bahwa pelaku usaha memberikan informasi yang jelas mengenai komposisi kehalalan produk yang dijual. Karena mengikuti ajaran Islam, mengonsumsi yang halal dan baik merupakan firman agama sesuai dengan QS. Al-Baqarah ayat 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”. (QS. Al-Baqarah ayat 168.)

Tafsir Al-Mukhtashar atau Markaz Tafsir Riyadh yang menjelaskan QS Al Baqarah ayat 168, Wahai manusia, makanlah dari apa yang ada di bumi, baik dari hewan, tumbuh-tumbuhan maupun pohon-pohonan yang diperoleh dengan cara yang halal dan memiliki kandungan yang baik, tidak jorok. Tafsir tersebut menjelaskan bahwasannya manusia harus dapat memahami pentingnya makanan halal terhadap tubuh karena hal tersebut sangat penting untuk diperhatikan, dari segi cara memperolehnya dan kandungannya.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya. Dalam artian apabila restoran dapat memberikan pelayanan berkualitas yang baik dan memenuhi harapan dan keinginan sesuai yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa loyal kepada restoran. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maftukhin et al. n.d. (2014) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko Bandeng Juwana Elrina Semarang”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Satria, Astarini 2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi oleh Kepuasan Nasabah”. Hasil penelitian tersebut menyebutkan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan di Kota Surabaya memperhatikan kemampuan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran, dengan tujuan agar pelanggan melakukan pembelian ulang. Kemampuan restoran yang memahami keinginan pelanggan menjadikan salah satu alasan positif dalam loyalitas pelanggan. Oleh karena itu keinginan pelanggan harus menjadi prioritas agar pelanggan tetap loyal kepada restoran. Pada penelitian ini pengukuran pada variabel kualitas pelayanan berdasarkan hasil dari jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan, semua indikator dapat dikatakan mendapatkan skor yang tinggi. Hal ini dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan pada restoran dinilai baik oleh pelanggan, khususnya penilaian pelayanan yang peduli dan juga memberikan kenyamanan. Pada penelitian ini apabila dikaitkan dengan hasil responden pada karakteristik status pekerjaan yang hasilnya mayoritas dari pelanggan, maka mereka dapat lebih menilai kualitas pelayanan dari restoran tersebut dan dapat memberikan saran atau masukan agar pelayanan yang diberikan lebih baik. Dengan begitu restoran akan selalu memberikan pelayanan yang baik dan dapat memuaskan pelanggannya.

Apabila dikaitkan dalam kajian teori kualitas pelayanan peneliti yang memberikan penilaian pada karakteristik dari suatu layanan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2014) menjelaskan bahwa teori kualitas pelayanan yang menentukan sifat dan karakteristik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, jadi pelanggan yang menentukan dan dapat menilai karakteristik tersebut. Teori kualitas pelayanan yang membandingkan antara harapan pelanggan, apabila kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan, begitu sebaliknya. Hal ini sejalan

dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2022) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memberikan tingkat keunggulan dalam memuaskan keinginan pelanggan.

Salah satu unsur menjadi dimensi kualitas pelayanan adalah *responsiveness* atau ketanggapan petugas dalam memberikan layanan secara cepat dan sistematis. Dalam dunia kerja, ketanggapan karyawan melayani pelanggan dalam transaksi dan keluhan bukti kualitas layanan (*service quality*) dan berpengaruh pada kepuasan pelanggan sesuai dengan firman Allah SWT pada QS. Al-Baqarah: 148

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: “Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.”(QS. Al-Baqarah: 148)

Tafsir Al Muyassar menjelaskan dan bagi tiap-tiap umat ada kiblat yang masing-masing darinya menghadap kepadanya dalam ibadah shalatnya, maka bersegeralah-wahai orang-orang yang beriman-untuk berlomba dalam mengerjakan amal-amal sholeh yang disyariatkan Allah untuk kalian dalam Islam. Dan Allah akan menghimpun semua pada hari kiamat dari daerah manapun berada, Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. Dijelaskan dalam ayat ini bahwa memerintahkan untuk segera atau tanggap dalam melaksanakan kebaikan dalam melayani pelanggan dengan memberikan kualitas yang baik sesuai dengan ketetapan dalam syariat Islam termasuk penyempurnaan amalan, sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam bab IV mengenai pengaruh dari labelisasi halal dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Variabel labelisasi halal secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya. Dengan adanya peraturan Undang-Undang yang mewajibkan semua pelaku usaha untuk mempunyai label halal, membuat pelanggan mendapatkan jaminan halal. Oleh karena itu restoran harus tetap mematuhi peraturan UU untuk menjaga kelayakannya pelanggannya, Variabel kualitas pelayanan secara parsial memberikan hasil yaitu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Ta Wan di Kota Surabaya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang memberikan kepuasan pada pelanggan dalam memenuhi sesuai kebutuhannya, sehingga pelanggan merasa loyalitas pada restoran.

Adapun saran yang dapat peneliti berikan bagi Restoran Ta Wan Kota Surabaya yaitu Restoran Ta Wan di Kota Surabaya tetap harus mempertahankan komitmen halal dengan menjaga kualitas bahan baku dan proses yang sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, restoran juga harus mempertahankan kualitas pelayanannya dengan tetap memprioritaskan keinginan pelanggan serta mempertahankan ketanggapan dalam memberikan layanan secara cepat dan sistematis agar pelanggan tetap loyal kepada restoran, perlu terciptanya kesan yang positif kepada pelanggan. Selain itu saran peneliti bagi peneliti selanjutnya adalah diharapkan dalam studi berikutnya bisa mencakup faktor-faktor lain yang relevan.

## 5. REFERENSI

- Basith, et al. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan De'Pans Pancake and Waffle Di Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Chaniago. 2020. "Analisis of Service Quality, Products Quality and the Price on Nano Store Consumers' Loyalty." *Internasional Journal Administration, Business and Organization*.
- Farichah, Syayyidati, and Ach Yasin. 2023. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Halal Awareness, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Muslim Dalam Membeli Kosmetik Di Surabaya." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*
- Fatkhuromah. 2015. "Pengaruh Pemahaman Label Halal Dan Faktor Sosial Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Kemasan Berlabel Halal (Studi Pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Al-Barokah)." *Yogyakarta: Fakultas Ekonomi*.
- Ferdinand, A. 2014. *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Seri Pustaka Kunci.
- Ghozali, I. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grace Rawung, Cellina, S. L. H V Joyce Lopian, and Fitty Valdi Arie. 2023. "The Effect Of Halal Label, Product Quality, And Price On Consumer Loyalty Of Chicken Meat At Golden Supermarket Manado."
- Handayani, Tri, Y Djoko Suseno, Erni Widajanti. 2019. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Label Halal, Dan Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kosmetik Herbal Moreskin Di Sragen". *Program, Studi Magister Manajemen, Universitas Slamet, and Riyadi Surakarta*. Vol. 13.
- Hasan. 2014. "Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan." *Jurnal Dinamika Hukum*.
- Hasib, Abd, and Moch Khoirul Anwar. 2020. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Mengkonsumsi Makanan Ringan Di UNESA Ketintang (Studi Kasus Terhadap Anggota Organisasi Keislaman)." *Jurnal Ekonomi Islam*
- Indah. 2023. "Produk Ini Harus Bersertifikasi Halal Di 2024, Kemenag: Ada Sanksi Bagi Yang Belum!" *Kemenag.Go.Id*.
- Indah Handaruwati. 2021. "Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten." *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*
- Izzuddin. 2018. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner." *Jurnal Penelitian Ipteks*.
- Jamsa Sumbalatu, W. B. P. & A. M. P. 2023. "Persepsi Masyarakat Terhadap Label Halal Pada Restoran (Studi Kasus Di Restoran Simpang Raya Dan Restoran Dapur Siliwangi, Kecamatan Beji Kota Depok Jawa Barat)". *Jurnal Pena Islam*,
- Kartika. 2019. "Pengaruh Label Halal. Brand Image Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Di Segi Sambel Waroeng Jangkrik Cabang Jemursari Surabaya." *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Kotler, P., Armstrong, G. 2016. *Principles of Marketing (16e Global Edition)*.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Strategi Pemasaran*.
- Maftukhin, Muhammad. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk

- Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko Bandeng Juwana Elrina Semarang.”
- Mashuri, Mashuri. 2020. “Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*
- Onata, Ivano, and Mukaram. 2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Applied Business and Administration Journal*
- Putro, Shandy Widjoyo. 2014. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran*
- Salvatore. 2021. *International Economic*. Wiley India Pvt. Limited.
- Sangadji. 2014. “Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan.” *Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset*.
- Satria, Fiqri. Astarini, Diah. 2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah.” *Jurnal Ekonomi Trisakti*.
- Sarstedt, M. ., Bengart, P. ., Shaltoni, A. M. ., & Lehmann, S. 2017. The Use of Sampling Methods in Advertising Research: A Gap between Theory and Practice. *International Journal of Advertising*, Forthcoming.
- Soesilo, T, D. 2019. *Ragam Dan Prosedur Penelitian Tindakan* (Salatiga: Satya Wacana University Press,.
- Stanton, J. William. Walker Bruce J. dan Etzel Michael J. 2004. *Marketing*, Edisi Kesebelas. Jilid 1 Erlangga:Jakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Swasta, Basu. 2007. *Azas-Azas Marketing*, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Tambunan, Tulus. 2009. *Globalisasi Dan Perdagangan International*. (Bogor: Ghalia Indonesia).
- Tjiptono, F. 2016. *Service Quality and Satisfaction (3rd Ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. 2022. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 4. Y.
- Wong, Paston &. 2016. “The Chinese Diaspora: The Current Distribution of the Overseas Chinese Population.” *Chinese Journal of Sociology*.
- Wijayanti, C. A. 2020. *the Influence of Service Quality and Satisfaction on Brand Loyalty of Restaurant Pizza E-Birra*
- Yasin, Ach, and Siti Azizah. 2023. “Does Halal Certification Policy through Self-Declare Effective at Attracting More Halal-Certified MSEs? Evidence from Indonesia.” *IEEE Xplore*.