

THE EFFECT OF HALAL CERTIFICATION, PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, ON CONSUMER SATISFACTION OF MIXUE PRODUCTS

Dina Deltalia Febrianti¹, Budi Santoso², Wahyu Eko Setianingsih³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia
Email: dinadelta912@gmail.com

ABSTRACT

Every company will always try to make a strategy to maintain the sustainability of its company. The business that is currently competing is a business that produces food or beverages, this is because food or beverage products are always needed by everyone, so there are many companies competing to produce these products with several flavor variants and certain menus. This study aims to determine the effect of halal certification variables (X1), product quality (X2) and service quality (X3) on consumer satisfaction (Y) of the Mixue Jember ice cream outlet. This type of research is quantitative research with a sample size of 98 respondents. Sampling used probability sampling with proportionate stratified random sampling technique. The data collection techniques used are data instrument testing, classical assumption testing, multiple linear analysis, hypothesis testing and coefficient of determination (R²). The data obtained were then analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS. The results of this study indicate that the variables of halal certification, product quality and service quality have a positive and significant effect on consumer satisfaction of the Mixue Jember ice cream outlet.

DOI:

10.31000/combis.v6i4.12823

Article History:

Received: 19/11/2024

Reviewed: 25/11/2024

Revised: 27/11/2024

Accepted: 30/11/2024

Keywords: halal

certification, product quality, service quality and customer satisfaction

ABSTRAK

Setiap perusahaan akan selalu berusaha membuat strategi guna mempertahankan keberlangsungan perusahaannya. Bisnis yang saat ini banyak bersaing yaitu bisnis yang memproduksi makanan atau minuman, hal tersebut dikarenakan produk makanan atau minuman yang selalu dibutuhkan setiap orang, sehingga terdapat banyak perusahaan yang berlomba-lomba memproduksi produk tersebut dengan beberapa varian rasa serta menu tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel sertifikasi halal (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) gerai es krim Mixue Jember. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel yaitu 98 responden. Pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan teknik proportionate stratified random sampling. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah uji instrument data, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi (R²). Data yang diperoleh kemudian di analisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen gerai es krim Mixue Jember.



INTRODUCTION

Peluang dan tantangan bisnis bagi pemilik perusahaan mendorong manajemen untuk merancang strategi bersaing. Strategi manajemen yang tepat akan mengembangkan keputusan konsumen untuk membeli produk. Dari persaingan dan penerapan strategi yang tepat tentunya akan menjadikan suatu perusahaan dapat bersaing, dan dapat menjamin keberlangsungan perusahaannya dalam jangka panjang. Dengan banyaknya pesaing maka semakin banyak pula berbagai pilihan untuk pelanggan agar dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, oleh karena itu konsekuensi dari perubahan itu ialah konsumen menjadi lebih cermat untuk memilih setiap produk yang ada di pasar (Effendi & Rumnita, 2020).

Menurut Tanudjaja & Fauzi (2019) kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh sertifikasi halal, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Jika variabel pelayanan dapat ditingkatkan dan penetapan kebijakan produk bisa disesuaikan dengan harapan dan permintaan pelanggan maka akan diperoleh dampak yang lebih tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Variabel yang mendukung kepuasan konsumen sebuah produk adalah labelisasi halal.

Labelisasi halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada suatu produk untuk menunjukkan bahwa produk tersebut berstatus sebagai produk yang halal (Listianto, 2023). Dengan adanya labelisasi halal, maka dapat memberikan pengaruh bagi konsumen menggunakan produk tersebut. Munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk, dapat membuat seseorang melakukan keputusan pembelian (Fadila, 2019). Sedangkan Menurut Hidayat & Resticha (2019), label halal bertujuan untuk meincantumkan logo halal seiteilah diseirtifikasi oleh MUI. Logo halal dianggap seibagai acuan jika produk teirseibut sudah seisuai deingan syariat Islam. Beirdasarkan beibeirapa peindapat di atas dapat disimpulkan bahwa logo atau labeil halal adalah suatu peincatuman tanda, tulisan atau logo yang dilakukan oleh Majeilis Ulama Indonesia yang menandakan bahwa produk tersebut bebas dari bahan-bahan beirbahaya dan sudah seisuai deingan syariat islam seihingga aman dan halal untuk dikonsumsi.

Kualitas produk menjadi penentu keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk. Mengutip dari pendapat Apriani & Bahrun (2021) menerangkan kualitas produk yaitu kesanggupan produk menunjukkan fungsinya, tercantum dalam hal ketahanan, keterandalan, kemudahan pengoperasiian dan pelayanan serta petunjuk lain produk. Kualitas produk

merupakan karakteristik dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan. Kualitas produk diartikan sebagai alat utama untuk memposisikan penjual (Putri et al., 2021). Kualitas produk diartikan sebagai karakteristik barang yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi harapan maupun melebihi harapan konsumen. Suatu produk memiliki berbagai macam karakteristik yang mendukung performa akan suatu produk itu sendiri. Dari karakteristik inilah yang menjadi pendukung atau performa suatu produk yang berpengaruh terhadap performanya.

Kualitas pelayanan merupakan semua kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bertujuan agar dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggannya. Pelayanan yang dimaksud dalam hal ini adalah bagaimana perusahaan bisa memberikan suatu produk atau jasa dengan pengampaik yang baik, yaitu dalam kecekatan, kemudahan, kemahiran dan akurasi, agar konsumen merasa puas akan pelayanan yang sudah diberikan. Menurut Tjiptono dalam (Astuti & Gufron, 2023) Kualitas pelayanan adalah fungsi harapan konsumen pada pra pembelian dalam penyediaan barang atau jasa dakkualitas output yang diterima konsumen. Menurut Yuniantara & Setiawan (2023) Kualitas layanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan keunggulan suatu layanan demi memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan pelanggan.

Es krim merupakan makanan yang dibekukan yang terdiri dari produk sapi perah seperti susu, krim dan sejenisnya. faktor yang berpengaruh dalam tingkat kegemaran konsumen terhadap es krim adalah cita rasa dari es krim itu sendiri. Kualitas es krim tentunya berpengaruh dari bahan baku yang digunakan, bahan tambahan makanan yang dipakai serta proses pembuatannya hingga proses penyimpanannya. Komponen terpenting dari es krim lemak susu dan susu krim.



Gambar 1. Top 7 Perusahaan F&B Gerai Waralaba Terbanyak Tahun 2021

Menurut data diatas, Mixue Ice Cream & Tea memiliki 21. 582 gerai waralaba (*frenchise*) yang tersebar di beberapa negara pada tahun 2021. Jumlah tersebut menjadikan mixue menempati posisi ke-5 frenchise terbanyak di dunia. Gerai mixue telah melebihi jumlah gerai Burger King dan Domino's Pizza. Pada awalnya masyarakat Indonesia sering kali mempertanyakan mengapa produk Mixue tidak memiliki sertifikat halal, proses pemeriksaan halal terhadap Mixue membutuhkan konfirmasi ulang karena ada salah satu bahan yang harus ditelusuri, yaitu bahan flavour yang berasal dari China. fakta bahwa 90% bahan baku diimpor, fakta bahwa sumber bahan baku tidak seluruhnya terkonsentrasi di satu lokasi, dan wabah Covid. Penundaan disebabkan oleh pandemi -19 dan penutupan China. Konsumen yang cerdas pastinya akan memilih produk yang sudah terjamin kehalalannya dengan cara melihat apakah produk tersebut sudah memiliki label sertifikat halal atau belum. Untuk produk yang sudah diedarkan menjadi perlindungan tersendiri terhadap konsumen yang peduli akan kehalalan dari produk yang ingin mereka beli. Lembaga yang berhak turut mengeluarkan sertifikasi halal ialah Lembaga Pengkajian Pangan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya adalah apakah sertifikasi halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen gerai es krim Mixue Jember? Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen gerai es krim Mixue Jember.

LITERATURE REVIEW

Sertifikasi Halal

Menurut Yuniantara & Setiawan (2023) menjelaskan bahwa label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan suatu produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal, di Indonesia lembaga yang berwenang oleh Pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dengan adanya labelisasi halal, maka dapat memberikan pengaruh bagi konsumen menggunakan produk tersebut. Munculnya rasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk, dapat membuat seseorang melakukan minat beli ulang (Candivas et al., 2023).

Kualitas Produk

Menurut Listianto (2023) Kualitas produk adalah suatu karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya guna memuaskan kebutuhan konsumen yang

diimplikasikan atau dinyatakan. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar guna mendapatkan pembeli, perhatian, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan kebutuhan. Produk bisa dalam bentuk barang fisik, pengalaman, jasa, orang, acara, properti, organisasi, tempat, informasi dan ide. Menurut Riyanto & Satinah (2023) Kualitas produk memiliki indikator yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk.

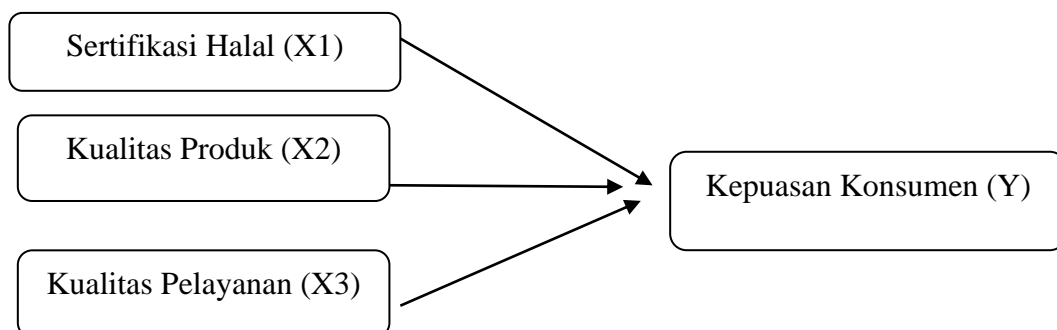
Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan semua kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bertujuan agar dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggannya. Pelayanan yang dimaksud dalam hal ini adalah bagaimana perusahaan bisa memberikan suatu produk atau jasa dengan pengampaik yang baik, yaitu dalam kecekatan, kemudahan, kemahiran dan akurasi, agar konsumen merasa puas akan pelayanan yang sudah diberikan. Menurut Aslinda et al. (2022) kualitas pelayanan adalah fungsi harapan konsumen pada pra pembelian dalam penyediaan barang atau jasa dakkualitas output yang diterima konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/atau hasilyang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa (Lumintang & Jopie, 2015). Pengertian kepuasan menurut Putra & Wimba (2021) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/ hasil yang dirasakan dengan harapan. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

.Gambar 2. Kerangka Konsep Penelitian



METHODS

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Gofur, 2019).

Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah seluruh konsumen Gerai Ice Cream Mixue Jember yaitu di Jalan Jawa, Jalan Sumatra, Jalan Kalimantan, Jalan Mastrip. Jumlah sampel yang digunakan adalah 98 responden yang didapatkan dengan menggunakan rumus Slovin dan Teknik sampling yang digunakan adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis tentang hubungan antara dua atau lebih variabel independen secara bersama-sama dengan satu variabel dependen. Untuk membuktikan kebenaran pengaruh variabel bebas dan variabel terikat digunakan analisis regresi dimana variabel bebasnya adalah sertifikasi halal (X₁), kualitas produk (X₂) dan kualitas pelayanan (X₃) dan variabel terikatnya (Y) adalah kepuasan konsumen.

RESULT

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi
1	Konstanta	0,142
2	Sertifikasi Halal (X ₁)	0,355
3	Kualitas Produk (X ₂)	0,299
4	Kualitas Pelayanan (X ₃)	0,294

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 0,142 + 0,355 X_1 + 0,299 X_2 + 0,294 X_3$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Konsumen
- X₁ = Sertifikasi Halal
- X₂ = Kualitas Produk
- X₃ = Kualitas Pelayanan

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

1. Konstanta = 0,142 menunjukkan besaran kepuasan konsumen 0,142 satuan pada saat sertifikasi halal, kualitas produk, dan kualitas pelayanan sama dengan nol.

2. $\beta_1 = 0,355$ artinya meningkatnya sertifikasi halal per satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,355 satuan apabila kualitas produk, dan kualitas pelayanan sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang berarti apabila sebuah produk bersertifikasi halal akan berdampak pada semakin baik pula kepuasan konsumen dengan asumsi kualitas produk, dan kualitas pelayanan konstan.
3. $\beta_2 = 0,299$ artinya meningkatnya kualitas produk per satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,299 satuan apabila sertifikasi halal, dan kualitas pelayanan sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang berarti semakin baik kualitas produk akan berdampak pada semakin tingginya kepuasan konsumen dengan asumsi sertifikasi halal, dan kualitas pelayanan konstan.
4. $\beta_3 = 0,294$ artinya meningkatnya kualitas pelayanan per satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,294 satuan apabila sertifikasi halal, dan kualitas produk sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang berarti semakin baik kualitas pelayanan akan berdampak pada meningkatnya kepuasan konsumen dengan asumsi sertifikasi halal, dan kualitas produk konstan.

Tabel 2. Hasil Uji t

No	Variabel	Signifikansi Hitung	Keterangan
1	Sertifikasi Halal	0,000	Signifikan
2	Kualitas Produk	0,000	Signifikan
3	Kualitas Pelayanan	0,000	Signifikan

Dari tabel 2, diketahui bahwa perbandingan antara tingkat signifikansi dan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

- a. Hasil uji sertifikasi halal mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis sertifikasi halal mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa sertifikasi halal mempengaruhi kepuasan konsumen yang berarti semakin baik sertifikasi halal akan berdampak pada semakin tinggi kepuasan konsumen.
- b. Hasil uji kualitas produk mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk

mempengaruhi kepuasan konsumen yang berarti semakin baik kualitas produk akan berdampak pada semakin tinggi kepuasan konsumen.

- c. Hasil uji kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen yang berarti semakin baik kualitas pelayanan akan berdampak pada semakin tinggi kepuasan konsumen.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

No	Kriteria	Koefisien
1	<i>R</i>	0,797
2	<i>R Square</i>	0,635
3	<i>Adjusted R Square</i>	0,624

Hasil perhitungan regresi pada tabel 3 dapat dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,635. Hal ini berarti 63,5% variasi variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh sertifikasi halal, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 0,365 atau 36,5% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini seperti promosi, harga dan *store atmospher*.

DISCUSSION

Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Kepuasan Konsumen.

Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis yang menyatakan sertifikasi halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima. Untuk mengetahui suatu produk pangan maupun rumah makan yang terjamin kehalalannya adalah dengan mengetahui bahwa suatu produk pangan yang dikonsumsi maupun rumah makan yang dituju memiliki sertifikat halal (Amrulloh & Dahruji, 2023). Mengetahui bahwa suatu makanan yang diproduksi oleh produsen sudah terjamin kehalalannya adalah dengan mengetahui bahwa suatu produk pangan yang dikonsumsi maupun rumah makan yang dituju sudah memiliki sertifikat halal. Sertifikat halal adalah hasil dari sertifikasi kehalalan yang mana suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah suatu produk yang diproduksi oleh pihak produsen telah memenuhi syarat syarat kehalalan atau tidak (Romdhoni et al., 2021).

Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Hidayat & Resticha (2019) yaitu sertifikasi halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut hasil penelitian Astuti & Gufron (2023) mendapatkan hasil bahwa sertifikasi halal berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen. Hasil penelitian Novia et al. (2020) yaitu sertifikasi halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut hasil penelitian Amrulloh & Dahruji (2023) mendapatkan hasil bahwa sertifikasi halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Maharani & Arifin (2022), Romdhoni et al. (2021) juga menyatakan ada pengaruh sertifikasi halal terhadap kepuasan konsumen dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu sertifikasi halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Menurut Listianto (2023) kualitas merupakan syarat utama diterimanya suatu produk di pasar. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Astuti & Gufron (2023) menambahkan sudah dapat dipastikan bahwa konsumen memilih produk yang berkualitas baik dibanding produk lain. Memang tidaklah mudah untuk memproduksi barang yang berkualitas baik pada saat bahan bakunya mahal dan tingkat persaingan yang tinggi. Akan tetapi setidaknya produsen tetap memperhatikan kualitas produk yang pernah diluncurkan ke pasaran.

Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Hidayat & Resticha (2019) yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut hasil penelitian Putra & Wimba (2021) mendapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Maharani & Arifin (2022) mendapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Putri et al. (2021), Romdhoni et al. (2021), Majid et al. (2021), Lumintang & Jopie (2015), Riyanto & Satinah (2023) juga menyatakan ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS yang dijelaskan pada tabel 4.16, menunjukkan bahwa taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima.

Pelayanan merupakan tugas utama yang harus dilaksanakan dengan baik bagi karyawan yang bekerja pada sebuah perusahaan jasa, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang

ketat (Sudaryono, 2015). Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya (Tjiptono, 2020).

Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Novia et al. (2020) yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut hasil penelitian Putra & Wimba (2021) mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Putri et al. (2021) yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Majid et al. (2021), Riyanto & Satinah (2023), Lumintang & Jopie (2015) juga menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

CONCLUSION AND SUGGESTION

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di gerai Mixue. Sertifikasi halal berperan dalam meningkatkan kepuasan, meskipun kontribusinya lebih kecil dibandingkan kualitas produk dan pelayanan. Temuan ini menegaskan bahwa konsumen lebih puas ketika produk yang mereka beli memiliki standar kehalalan, kualitas yang baik, dan pelayanan yang memadai. Kualitas produk yang unggul dan pelayanan yang baik terbukti memiliki pengaruh lebih kuat terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi, terutama bagi gerai Mixue untuk lebih memperhatikan aspek sertifikasi halal dan kualitas pelayanan. Perlu dilakukan evaluasi mengenai persepsi konsumen terhadap produk bersertifikasi halal dan dampaknya pada keputusan pembelian mereka. Selain itu, gerai Mixue diharapkan dapat memperkuat citranya sebagai perusahaan yang peduli pada standar kehalalan. Bagi peneliti lain, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan pendekatan kualitatif guna memperoleh pemahaman lebih mendalam terkait pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

REFERENCE

Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.1 Februari 2019: 37 - 44 P-ISSN 2527-7502 E-ISSN 2581-2165 PENGARUH. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.

- Amrulloh, Y., & Dahruji. (2023). Pengaruh Harga, Label Halal Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Bakso Aci Taubat Food. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 136-142. <https://doi.org/10.51881/jak.v20i2.23>
- Aslinda, Rachma, N., & Primanto, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Cantik Dita Skincare Kec.Sangkapura Bawean-Gresik. *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(21), 36-49.
- Astuti, U., & Gufron, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Dimsum Berkah Magetan). *Cita Ekonomika: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 17(1), 133-142. <https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v17i1.6844>
- Candivas, M. S., Ismawati, S., Syifathania, S. N., Lestari, T., Mandasari, N., & Fatkhurrohman, T. (2023). Pengaruh Label Halal, Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Ice Cream Mixue. *House of Management and Business (HOMBIS) Journal*, 2(2), 51. <https://doi.org/10.26753/hombis.v2i2.1078>
- Effendi, U., & Rumnita, Y. (2020). Studi Prilaku Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19: Keputusan Pembelian Smartphone Berbasis Android Dalam Perspektif Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sociohumaniora Kodepena (JSK)*, 1(2), 76-89.
- Fadila, C. T. (2019). *Analisis Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Roti Bread Boy Bakery & Cake Shop di Banda Aceh)* (Vol. 11, Issue 1) [Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh]. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBE_TUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019a). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah. *Journal of Applied Business Administration. Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 40-52. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1282>
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019b). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam). *Journal of Business Administration*, 3(1), 40-52.
- Listianto, N. M. (2023). *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Mixue Purwokerto (Studi Kasus Pelanggan Generasi Z Mixue Purwokerto): Vol. VIII* (Issue I). Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Lumintang, G., & Jopie, R. J. (2015). Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Holland Bakery Boulevard Manado. *Jurnal EMBA*, 3(1), 1291-1302.

- Maharani, A., & Arifin, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan Ms Glow Pada Rentang Usia 18-25 Tahun Di Kota Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN, 10*(eJrm Vol. 10 No. 13 Agustus 2021), 78–95. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/14552>
- Majid, A., Fazal V, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., & Santika, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal of Economics, Management, and Business Research (JEMBER), 2*(1), 214–226. www.jember.umla.ac.id
- Novia, A., Satria, H. W., Sumarni, F., Arfat, F. I., Syuhada, O., & Silvinar. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kesadaran Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Bakso Di Padang. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 5*(1), 1–15.
- Putra, I. M. B. P., & Wimba, I. G. A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut Cabang Gatot Subroto Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata, 1*(2), 744–756.
- Putri, N. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JOCE IP, 15*(1), 037–043. <https://doi.org/10.53918/jbicbi.v6i1.48>
- Riyanto, K., & Satinah. (2023). Pengaruh Penetapan Harga , Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran, 01*(01), 30–37.
- Romdhoni, A. H., Prastiwi, I. E., & Suyanto. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Syariah Hotel Solo. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS, 4*(1), 480–485.
- Sudaryono. (2015). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (1st ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tanudjaja, P., & Fauzi, A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Untuk Penggunaan HP Smartphone Brand Samsung. *Jurnal Satya Mandiri Manajemen Dan Bisnis, 5*(1), 41–49. <https://doi.org/10.54964/satyamandiri.v5i1.328>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Yuniantara, O., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Logo Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea (Studi Pada Masyarakat Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA), September*.