

**PENGARUH KOMUNIKASI NON VERBAL LABEL
HALAL PRODUK MIE INSTAN KOREA
“SAMYANG” TERHADAP MINAT BELI
MASYARAKAT KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

DHEA CHINDAR SHARY

NPM 1403110112

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2018

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah selesai memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama : **DHEACHINDAR SHARY**
NPM : 1403110112
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PENGARUH KOMUNIKASI NON VERBAL LABEL HALAL PRODUK MIE INSTAN KOREA "SAMYANG" TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT KOTA MEDAN**

Medan, Oktober 2018

Pembimbing


NUR RAHMA AMINI, S.Ag, MA

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI


NURHASANAH NASUTION, M.I.Kom

Dekan,




Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Skripsi ini telah dipertahankan didepan Tim Pengujj Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : **DHEA CHINDAR SHARY**

NPM : 1403110112

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Rabu, 17 Oktober 2018

Waktu : Pukul 08.00 WIB s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom** (.....)

PENGUJI II : **Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A** (.....)

PENGUJI III : **NUR RAHMA AMINI, S.Ag, MA** (.....)

PANTIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP




Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan ini saya, DHEA CHINDAR SHARY NPM 1403110112, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, JANUARI 2019
Yang Menyatakan,



PENGARUH KOMUNIKASI NON VERBAL LABEL HALAL PRODUK MIE INSTAN KOREA ‘‘SAMYANG’’ TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT KOTA MEDAN

Oleh:
DHEA CHINDAR SHARY
1403110112

ABSTRAK

Mie instan Korea samyang belakangan ini sangat banyak diminati oleh masyarakat kota Medan, tetapi banyaknya berita tentang kehalalan produk tersebut menjadi tanda tanya bagi masyarakat. Dengan adanya isu yang buruk membuat mie instan ini mengalami penurunan penjualan. Adanya komunikasi nonverbal label halal pada produk mie instan korea Samyang tentu sangat berpengaruh pada minat beli masyarakat. ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas namun lebih jelas dan terarah maka perlu dibuat pembatasan masalah yaitu Penelitian hanya dilakukan di Jalan Budi Luhur, kelurahan Dwi Kora, Penelitian hanya focus pada masyarakat muslim, Penelitian hanya berfokus kepada masyarakat yang berumur 15 keatas Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah ‘‘Sejauh mana pengaruh komunikasi non verbal label halal produk mie instan Korea Samyang terhadap minat beli masyarakat Kota Medan?’’. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian deksriktif dengan pendekatan kuantitatif. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 93 orang masyarakat di Jalan Budi Luhur kelurahan Dwi Kora Medan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara data primer dan data skunder. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi non verbal. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh komunikasi non verbal label halal berpengaruh dalam minat beli masyarakat.

Kata Kunci : komunikasi non verbal, label halal, Samyang

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan pada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH KOMUNIKASI NON VERBAL LABEL HALAL PRODUK MIE INSTAN KOREA “SAMYANG” TERHADAP MINAT BELI MASYARAKATKOTA MEDAN” tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda tercinta Deddy Salfoly Sofyan dan Ibunda tersayang Tetty Herawaty yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia, dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh.M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Prodi Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Nur Rahma Amini.,S.Ag.,M.Ag selaku pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik dan membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
6. Buat Ayah Deddy Salfoly Sofyan dan Ibu Tetty Herawaty terimakasihku tak terhingga, terimakasih telah mendukung dan membantuku dalam setiap kegiatan dan cita-citaku, mungkin baru ini yang bisa aku persembahkan untuk kalian.
7. Kepada kakak laki-laki penulis M.Kevin Aries Ciano yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.
8. Kepada coco yang telah membantu dan mendukung penulis selama menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.
9. Kepada seluruh teman-teman seperjuanganku Ami, Devi, Dinda, , putri,delfi,ika,annisha , selalu memberi dukungan dan selalu menghibur dalam setiap proses yang telah dilalui.
10. Dan pihak-pihak yang tidak disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari kelemahan dan kekukurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebgai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf atas segala kekurangan, penulis ucapkan terimakasih.

Medan, Oktober 2018

Penulis

Dhea Chindar

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Pembatasan Masalah | 7 |
| 1.3 perumusan masalah | 7 |
| 1.4 tujuan dan manfaat penelitian..... | 7 |
| | |
| BAB II URAIAN TEORITIS | |
| 2.1 Komunikasi | 9 |
| 2.1.1 Pengertian Komunikasi..... | 9 |
| 2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi..... | 10 |
| 2.1.3 Fungsi Komunikasi..... | 12 |
| 2.1.4 Tujuan Komunikasi | 13 |
| 2.2 Komunikasi Interpersonal | 13 |
| 2.3 Komunikasi massa..... | 15 |
| 2.4 Komunikasi verbal | 16 |
| 2.5 komunikasi non verbal | 17 |
| 2.6 label halal | 21 |
| 2.7 mie instan Samyang | 21 |
| | |
| BAB III Metode Penelitian | |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 23 |
| 3.2 Kerangka Konsep | 23 |
| 3.3 Definisi Konsep..... | 24 |
| 3.4 operasionalisasi konsep | 25 |
| 3.5 Populasi dan sampel | 27 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data..... | 29 |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 30 |
| 3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 31 |
| | |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 penyajian data | 32 |
| 4.2 Pembahasan..... | 33 |
| | |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Simpulan..... | 71 |

| | |
|----------------|----|
| 5.2 Saran..... | 72 |
|----------------|----|

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 3.1 | Tabel Operasional Konsep..... | 26 |
| Tabel 4.1 | Tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin..... | 33 |
| Tabel 4.2 | Tabel karakteristik berdasarkan usia..... | 34 |
| Tabel 4.3 | Tabel saya mengetahui maksud dari gambar disamping..... | 36 |
| Tabel 4.4 | Tabel saya mengetahui letak label halal pada produk..... | 37 |
| Table 4.5 | Tabel saya memperhatikan gambar tersebut..... | 38 |
| Tabel 4.6 | Tabel tulisan pada gambar disamping terbaca dengan jelas..... | 39 |
| Tabel 4.7 | Tabel saya mengetahui label halal yang resmi..... | 40 |
| Tabel 4.8 | Tabel adanya label halal yang terdapat pada gambar..... | 41 |
| Tabel 4.9 | Tabel adanya label halal menjadi pertimbangan..... | 42 |
| Tabel 4.10 | Tabel saya mengetahui jelas letak label halal..... | 43 |
| Tabel 4.11 | Tabel karena terdapat label halal..... | 44 |
| Tabel 4.12 | Tabel karena terdapat label halal mempermudah saya..... | 45 |
| Tabel 4.13 | Tabel saya selalu mempertimbangkan produk..... | 46 |
| Tabel 4.14 | Tabel kemasan yang menarik..... | 47 |
| Tabel 4.15 | Tabel kualitas, mutu dan jaminan halal..... | 48 |
| Tabel 4.16 | Tabel pengalaman pribadi adalah informasi yang paling akurat..... | 49 |
| Tabel 4.17 | Tabel label halal pada produk mie Samyang..... | 50 |
| Tabel 4.18 | Tabel kelengkapan atribut pada produk..... | 51 |
| Tabel 4.19 | Tabel banyak pertimbangan yang saya lakukan..... | 52 |
| Tabel 4.20 | Tabel banyak pertimbangan dalam memilih produk..... | 53 |
| Tabel 4.21 | Tabel jika ada ragam atau macam..... | 54 |
| Tabel 4.22 | Tabel pembelian adalah proses transaksi..... | 55 |
| Tabel 4.23 | Tabel ketikakcocokan akan suatu kualitas..... | 56 |
| Tabel 4.24 | Tabel saya membeli mie Samyang..... | 57 |

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 4.25 | Tabel saya membeli mie Samyang karena produknya..... | 58 |
| Tabel 4.26 | Tabel alternatif- alternative merk instan lainnya..... | 59 |
| Tabel 4.27 | Tabel tabulasi hasil data variable X..... | 60 |
| Tabel 4.28 | Tabel distribusi frekuensi..... | 61 |
| Tabel 4.29 | Tabel hasil data variable Y..... | 64 |
| Tabel 4.30 | Tabel distribusi frekuensi jawaban responden..... | 67 |
| Tabel 4.31 | Tabel pedoman untuk memberikan interpretasi..... | 69 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, perkembangan mie instan korea sangat pesat dan mudah diterima di tengah masyarakat. Dengan adanya flim atau drama korea yang membuat masyarakat terpengaruh untuk mencoba mie instan korea. Masyarakat ingin mencoba makanan seperti mie instan korea karena ingin lebih berinovatif lagi, seperti rasa dan kemasan yang menarik untuk minat beli masyarakat, tidak seperti mie instan khas Indonesia.

Produk mie Samyang sangat menyita perhatian masyarakat, dengan rasa yang ditawarkan yang cukup menarik untuk dinikmati. Seperti rasa *spicy cheese* yaitu keju pedas, Samyang *cool ramen* yaitu rasa pedas extra, Samyang *curry hot chicken flavor* yaitu rasa kari pedas, Samyang *stew soup* yaitu rasa kuah ayam, dan yang paling laris dikonsumsi masyarakat yaitu *Samyang spicy chicken roasted* yaitu rasa pedas yang gurih.

Samyang sendiri merupakan salah satu produk mie instan yang sangat populer di tahun 2016 lalu, tetapi sayangnya kehalalan terhadap Samyang ini belum jelas terbukti adanya, namun ada produk lain yang dikeluarkan Samyang memiliki sertifikasi halal, yaitu varian *spicy hot chicken* ramen dan *hot chicken ramen cheese*. Sales dan Marketing manajer PT Korinus ENDRA NIRWANA menyatakan dua varian Samyang ini diimpor dari PT Korinus. Terkait pernyataan BPOM pada Juni 2017 mengenai produk mie instan korea yang mengandung babi (tidak halal) yang

diimpor oleh PT Koin Bumi, PT Korinus selaku importer Samyang yang memiliki sertifikasi halal sangat merasa dirugikan yang sangat signifikan, kerugian tersebut mencapai 30% pada tanggal 21 Juni 2017, setelah berita tersebut tersebar pada masyarakat, masyarakat menjadi takut dan ragu untuk mengonsumsi produk mie instan Samyang dengan rasa apapun. Pemberitaan-pemberitaan di media massa juga dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat terhadap image dan objek yang diberitakan luas.

Keterbatasan pada produk-produk untuk memasuki pasar umat Islam, sertifikasi halal adalah tertulis MUI yang menyatakan produk tersebut benar terjamin kehalalannya. Produk halal tersebut harus memenuhi syariat Islam, yaitu tidak mengandung yang haram (babi) dan tidak berasal dari bahan-bahan yang diharamkan seperti (bahan-bahan organ manusia dan kotoran-kotoran hewan).

Persepsi memang menjadi salah satu motif utama yang membuat masyarakat Indonesia membeli suatu produk. Namun tidak bias dipungkiri bahwa ada faktor lain yang juga bisa mempengaruhi seseorang untuk membeli produk tersebut, salah satunya adalah *reference group* atau kelompok rujukan atau anutan.

Seiring dengan banyaknya minat masyarakat terhadap mie instan Korea Samyang ini, banyak juga menimbulkan suatu isu bagi masyarakat, khususnya untuk masyarakat yang beragama Muslim. Dengan adanya isu yang beredar tentang mie instan Korea Samyang mengandung babi (yang haram) masyarakat takut untuk

membeli atau mengonsumsi makanan tersebut. Karena di dalam kemasan mie Samyang tersebut tidak terdapat label halal atau lambang MUI.

Adapun larangan untuk mengonsumsi babi tersebut dengan terbuktinya bahwa hewan ini memiliki banyak hal negative bagi kesehatan tubuh seperti kandungan lemak yang tinggi, bisa membuat obesitas,meningkatkan kadar kolestrol, dapat menghambat peredaran darah, memiliki kandungan cacing pita,kanker usus. Dan hewan ini juga memiliki kebiasaan yang buruk seperti binatang paling rakus,kotor,jorok serta suka memakan kotorannya sendiri. Itulah mengapa Islam melarang umat muslim untuk mengonsumsi bukan hanya karna haram tetapi hewan babi memiliki banyak sekali penyakit.

Dengan adanya isu ini, masyarakat meminta kepada pihak Samyang dan Majelis Ulama Indonesia untuk mengusut tentang beredar isu Samyang mengandung babi. Dikarenakan masyarakat yang beragama Islam menjadi sangat takut untuk membeli produk tersebut sebelum ada kejelasan tentang halal atau tidaknya mie instan korea tersebut.

Tentu saja dengan isu tersebut sangat merugikan pihak mie instan Samyang, karena minat beli masyarakat Indonesia menurun. Sehingga akhirnya pihak Majelis Ulama Indonesia(MUI) turun tangan dengan beredarnya isu ini. “Jika terbukti ada unsur pelanggaran hokum maka harus dilakukan tindakan hokum kepada semua pihak yang bertanggung jawab” kata wakil ketua MUI Zainut Tauhid,melalui keterangan tertulis melalui keterangan Kompas.com 19/07/2017.

Namun, ada suatu pemandangan yang cukup menarik, di sisi atas papan harga ditempel secarik surat yang berisi keterangan persetujuan pendaftaran pangan olahan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan(BPOM) RI untuk produk yang diimport oleh PT Korinus tersebut. Sebelumnya PT Korinus menegaskan bahwa Samyang degan rasa *hot chicken ramen* dan *cheese hot chicken ramen* yang mereka impor itu merupakan produk halal Karena sudah mengantongi label halal dari Korea Muslim Federation(KMF).

Tetapi sayangnya, label halal dari Korea Muslim Federation kurang meyakinkan masyarakat. Sehingga akhirnya pihak dari PT Korinus memulai bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia(MUI) untuk membuat masyarakat Indonesia terutama yang beragama muslim menjadi yakin dan percaya untuk memproduksi produk mie instan korea Samyang tersebut. Dan bagi mayarakat tidak perlu khawatir untuk produk mereka yang akan mengandung babi(yang haram) dikarenakan pihak BPOM meminta kepada importer untuk segera menarik kembali produk yang tidak memiliki izin untuk menarik kembali produknya dari pasaran.” Langkah tersebut adalah bentuk perlindungan terhadap konsumen muslim yang memang dilarang mengonsumsi makanan yang mengandung unsur babi”. Kata Zainut kompas.com 19/07/2017

Konsep halal dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah banyak dikenal dan diterapkan khususnya umat Islam. Halal diperintahkan untuk semua yang baik dan bersih untuk dimakan atau dikonsumsi oleh manusia menurut syari’at Islam.

Allah telah menegaskan dalam al-qur'an surat Al-Maidah ayat 3

“diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi” (QS. 5:3)

Didalam ayat tersebut bermakna bukan hanya memakan dagingnya, memakan olahan yang menggunakan babi sangatlah haram dan sangat dibenci Allah.

Selain pengharamannya dalam surat Al Maidah ayat 3 di atas, Allah Ta'ala juga berfirman,

“Katakanlah: “Tiadalah aku peroleh dalam wahyu yang diwahyukan kepadaku, sesuatu yang diharamkan bagi orang yang hendak memakannya, kecuali kalau makanan itu bangkai, atau darah yang mengalir atau daging babi – karena sesungguhnya semua itu kotor – atau binatang yang disembelih atas nama selain Allah.” (QS. Al An'am: 145)

Dalam sebuah Hadist Rasulullah Saw juga menerangkan tentang hal tersebut: “Sesungguhnya Allah tidak menerima kecuali hal-hal yang baik, dan sesungguhnya Allah memerintahkan kepada orang-orang mu'min sebagaimana yang diperintahkan kepada para rasul, Allah berfirman: “Hai rasul-rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik, dan kerjakanlah amal yang shaleh. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” Dan firmanNya yang lain: “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu” Kemudian beliau mencontohkan seorang laki-laki, dia telah menempuh perjalanan jauh, rambutnya kusut serta berdebu, ia menengadahkan kedua tangannya ke langit: Yaa Rabbi ! Yaa Rabbi ! Sedangkan ia memakan makanan yang haram, dan pakaiannya

yang ia pakai dari harta yang haram, dan ia meminum dari minuman yang haram, dan dibesarkan dari hal-hal yang haram, bagaimana mungkin akan diterima do'anya.”
(HR. Muslim)

Adanya komunikasi nonverbal label halal pada produk mie instan korea Samyang tentu sangat berpengaruh pada minat beli masyarakat. Masyarakat yang tadinya ragu kembali percaya dan kembali membeli produk mie instan korea Samyang.

Labelisasi halal adalah pencantuman atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal, di Indonesia lembaga yang diberi wewenang oleh pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) itu sendiri adalah wada atau majelis yang mengimpun para ulama, zuama dan cendikiawan muslim Indonesia untuk menyatukan gerak dan langkah-langkah umat Islam Indonesia dalam mewujudkan cita-cita bersama. Majelis Ulama Indonesia berdiri pada tanggal, 7 rajab 1395 H, bertepatan dengan tanggal 26 Juli 1975 di Jakarta, yang salah satu tugasnya yaitu memberi fatwa(mufti)/ memberikan label halal terhadap setiap produk yang di produksi di Indonesia maupun impor atau barang dari luar negeri.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin meneliti lebih lanjut tentang ‘‘pengaruh komunikasi non verbal label halal produk mie instan Samyang terhadap minat beli masyarakat Medan’’.

1.2 Pembatasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas namun lebih jelas dan terarah maka perlu dibuat pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di Jalan Budi Luhur, kelurahan Dwi Kora.
2. Penelitian hanya focus pada masyarakat muslim
3. Penelitian hanya berfokus kepada masyarakat yang berumur 15 keatas

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah ‘’ Sejauh mana pengaruh komunikasi non verbal label halal produk mie instan Korea Samyang terhadap minat beli masyarakat Kota Medan?’’

1.4 Tujuan dan Manfaat penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan dan mafaat sebagai berikut.

1.4.1 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui minat beli masyarakat kota Medan tentang mie instan Samyang.

1.4.2 Manfaat

Setiap penelitian diharapkan akan mendapat suatu hal yang berguna bagi semua pihak dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna menambah pengetahuan dan wawasan penelitian terhadap uraian-uraian yang bersifat teoritis tentang komunikasi non verbal.
- b. Secara akademis, hasil ini diharapkan dapat menambah kajian tentang komunikasi khususnya tentang pengaruh komunikasi non verbal label halal produk mie instan Samyang terhadap minat beli masyarakat Medan
- c. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak PT Korinus untuk tetap mempertahankan kualitas dan label halal pada produk mie instan Samyang.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi diadopsi dari bahasa Inggris yaitu “*communication*”. Istilah ini berasal dari bahasa Latin “*communicare*” yang bermakna membagi sesuatu dengan orang lain, memberikan sebagian untuk seseorang, tukar-menukar, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman, dan lain sebagainya (Edi,2014:1)

Komunikasi adalah sebuah proses sistematis di mana orang berinteraksi dengan dan melalui symbol untuk menciptakan dan menafsirkan makna. Fitur penting pertama dari definisi komunikasi adalah proses, yang artinya sedang berlangsung dan selalu bergerak, bergerak semakin maju dan berubah secara terus-menerus. Sulit mengatakan kapan komunikasi dimulai dan berhenti karena apa yang terjadi jauh sebelum kita berbicara dengan seseorang bias mempengaruhi interaksi, dan apa yang muncul di dalam sebuah pertemuan tertentu bias berkelanjutan di masa depan. Kita tidak dapat membekukan komunikasi kapan pun (wood,2013:3)

Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak dilahirkan

sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Gerak dan tangis yang pertama pada saat ia dilahirkan adalah suatu tanda komunikasi (widjaa,2010:1)

Menurut Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi adalah menjawab pertanyaan”siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan pengaruhnya”. Berdasarkan paradigma Lasswell, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang akan menimbulkan efek (cangara,2010:19)

Everett M. Rogers seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi. Khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

2.1.2 Unsur komunikasi

Dari beberapa pengertian yang telah disampaikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa komunikasi hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Namun untuk lebih menyempurnakan unsur-unsur dari komunikasi ini para ahli menambahkan unsur umpan balik (*feedback*) sebagai pelengkap untuk membangun komunikasi yang sempurna. Serta

munculnya pandangan dari Joseph de Vito K. Sereno dan Erika Vora yang menilai bahwa faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi (Cangara, 2010:22). Adapun unsur-unsur komunikasi sebagai berikut:

- a. Sumber, yaitu semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikatir, *source*, *sender*, atau *encoder*.
- b. Pesan, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi nasehat atau propaganda. Pesan sering disebut *message*, *content*, atau informasi.
- c. Media yang dimaksud adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indra dianggap sebagai media, termasuk juga surat kabar, televisi, telepon dan media massa lainnya.
- d. Penerima, penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih,

bisa dalam bentuk kelompok, partai atau Negara. Penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Penerima biasa disebut khalayak, sasaran, komunikan, *audience*, atau *receiver*.

- e. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.
- f. Tanggapan balik, yaitu ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik juga bisa berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.
- g. Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan dalam empat macam yakni lingkungan fisik, lingkungan budaya, lingkungan psikologis dan dimensi waktu.

2.1.3 Fungsi komunikasi

Menurut Harold D. Lasswell dalam Cangara (2012:67) begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, maka fungsi komunikasi antara lain:

- a. Manusia dapat mengontrol lingkungannya.
- b. Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada
- c. Melakukan transformasi warisan social kepada generasi berikutnya.

2.1.4 Tujuan komunikasi

Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain (widjaja,2010:10)

- a. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti.
- b. Memahami orang lain
- c. Supaya gagasan kita dapat diterima orang lain
- d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu.

2.2 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah cara utama bagi manusia untuk mengembangkan keintiman dan terus menerus menata ulang hubungan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan identitasnya yang berubah-ubah (Wood, 2013: 13).Komunikasi interpersonal memiliki beberapa tujuan (Arni, 2009:165-168) yaitu:

a. Menemukan diri sendiri

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain.

Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita. Adalah

sangat menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita.

b. Menemukan dunia luar

Hanya komunikasi interpersonal menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa hal itu seringkali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau didalami melalui interaksi interpersonal.

c. Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita digunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan dengan orang lain.

d. Berubah sikap dan tingkah laku

Banyak waktu kita gunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu. Kita lebih sering membujuk melalui komunikasi interpersonal daripada komunikasi media massa.

e. Untuk bermain dan kesenangan

Bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan. Bericara dengan teman mengenai aktivitas kita pada waktu akhir pekan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita dan cerita lucu pada umumnya hal itu adalah merupakan pembicaraan yang untuk menghabiskan waktu. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dari semua keseriusan di lingkungan kita.

f. Untuk membantu

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologis klinis dan terapan menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Apakah profesional atau tidak profesional, keberhasilan memberikan bantuan tergantung kepada pengetahuan dan keterampilan komunikasi interpersonal.

2.3 Komunikasi massa

Kemampuan untuk menjangkau ribuan, atau bahkan jutaan, orang merupakan ciri dari komunikasi massa, yang dilakukan melalui medium massa seperti televisi atau Koran. Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah medium massa untuk mengirim pesan kepada audiens yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur, atau membujuk (John, 2008:451).

Dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa yakni ditemukannya internet. Di dalam komunikasi massa, komunikator merupakan media massa itu sendiri. Itu artinya, komunikatornya bukan orang per orang seperti seorang wartawan. Menurut Alexis . S Tan komunikator dalam komunikasi massa adalah organisasi social yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkan secara serempak kesejumlah khalayak yang banyak dan terpisah (Nuruddin,2007:4.20).

komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia(*human communication*) yang lahir bersamaan dan mulai digunakanya alat-alat komunikasi massa atau lebih populer dengan nama media massa. Karena demikian eratnya penggunaan peralatan tersebutn maka komunikasi massa dapat diaertikan sebagai jenis komunikasi yang menggunakan media massa untuk pesan-pesan yang disampaikan. Kata massa dalam komunikasi dapat diartikan lebih dari sekedar orang banyak di suatu lokasi yang sama (Wiryanto,2003:3).

2.4 Komunikasi Verbal

Kode verbal dalam pemakainya menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti. Bahasa memiliki banyak fungsi, namun sekurang-kurangnya ada tiga fungsi yang erat hubunganya dalam menciptakan komunikasi yang efektif(cangara,2014:113). Ketiga fungsi itu, aialah :

- a. Untuk mempelajari tentang dunia sekeliling kita.

- b. Untuk membina hubungan yang baik antara sesama manusia.
- c. Untuk menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia.

2.5 komunikasi Non Verbal

Manusia dalam berkomunikasi selain memakai kode verbal(bahasa) juga memakai kode nonverbal. Kode nonverbal biasa disebut juga bahasa isyarat atau bahasa diam (*silent language*). Kode nonverbal yang digunakan dalam berkomunikasi, sudah lama menarik perhatian para ahli terutama dari kalangan antropologi, bahasa, bahkan dari bidang kedokteran. Perhatian para ahli untuk mempelajari bahasa nonverbal diperkirakan dimulai sejak 1873, terutama dengan munculnya tulisan Charles Darwin tentang bahasa ekspresi wajah manusia(cangara,2014:117). Oleh sebab itu, mark knapp (1978) menyebut bahwa penggunaan kode nonverbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- a. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repetition*).
- b. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bias diutarakan dengan kata-kata (*substitution*)
- c. Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bias mengenalnya (*identify*).
- d. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempurna

Kode nonverbal dapat dikelompokkan dalam beberapa bentuk, antara lain;

a. Kinesics

Ialah kode nonverbal yang ditunjukkan oleh gerakan-gerakan badan. Gerakan-gerakan badan bias dibedakan atas lima macam berikut:

1) *Emblems*

Emblems ialah isyarat yang berarti langsung pada symbol yang dibuat oleh gerakan badan. Misalnya mengangkat jari V yang artinya *Victory* atau menang, mengangkat jempol berarti yang terbaik untuk orang Indonesia, tetapi terjelek bagi orang India.

2) *Illustrators*

Illustrators ialah isyarat yang dibuat dengan gerakan-gerakan badan untuk menjelaskan sesuatu, misalnya besarnya barang-barang atau tinggi rendahnya suatu objek yang dibicarakan.

3) *Affect Displays*

Affect displays ialah isyarat yang terjadi karena adanya dorongan emosional sehingga berpengaruh pada ekspresi muka, misalnya tertawa, menangis, tersenyum, sinis, dan sebagainya. Hampir semua bangsa di dunia melihat perilaku tertawa dan senyum sebagai lambang kebahagiaan, sedangkan menangis dilambangkan sebagai tanda kesedihan.

4) *Regulators*

Regulators ialah gerakan-gerakan tubuh yang terjadi pada daerah kepala, misalnya mengangguk tanda setuju atau menggeleng tanda menolak.

5) *Adaptory*

Adaptory ialah gerakan badan yang dilakukan sebagai tanda kejengkelan. Misalnya menggerutu, mengepalkan tinju ke atas meja, dan sebagainya.

a. Gerakan Mata (*Eye Gaze*)

Mata adalah alat komunikasi yang paling berarti dalam memberi isyarat tanpa kata. Ungakapan “ pandangan mata mengundang” atau lirikan matanya memiliki arti adalah isyarat yang ditimbulkan oleh gerakan-gerakan mata,

b. Sentuhan (*Touching*)

Touching ialah isyarat yang ditunjukkan dengan sentuhan badan. Menurut bentuknya sentuhan badan.

c. *Paralanguage*

Paralanguage ialah isyarat yang ditimbulkan dari tekanan atau irama suara sehingga penerima dapat memahami sesuatu dibalik apa yang diucapkan. Misalnya “datanglah” bias diartikan betul-betul mengundang kehadiran kita atau sekedar basa-basi.

d. Diam

Berbeda dengan tekanan suara, sikap diam juga merupakan kode nonverbal yang mempunyai arti. Max Picard menyatakan bahwa diam tidak semata-mata mengandung arti bersikap negative, tetapi bias juga melambangkan sikap positif.

e. Postur tubuh

Orang lahir ditakdirkan dengan berbagai bentuk tubuh. Well dan Siegel (1961) dua orang ahli psikologi melalui studi yang mereka lakukan, berhasil menggambarkan bentuk-bentuk tubuh manusia dengan karakternya. Kedua ahli ini membagi bentuk tubuh atas tiga tipe, yakni *ectomorphy* bagi mereka yang memiliki bentuk tubuh kurus tinggi, *mesomorphy* bagi mereka yang memiliki bentuk tubuh tegap, tinggi dan atletis, dan *endomorph*y bagi mereka yang memiliki bentuk tubuh pendek, bulat, dan gemuk

f. Kedekatan dan ruang

Proximity adalah kode non verbal yang menunjukkan kedekatan dari dua objek yang mengandung arti dan dapat dibedakan atas *territory* atau *zone*. Edward T. Hall (1959) membagi kedekatan menurut *territory* atas empat macam, yakni :

- 1) Wilayah intim (rahasia), yakni kedekatan yang berjarak antara 3-18 inchi
- 2) Wilayah pribadi, ialah kedekatan yang berjarak antara 18 inchi hingga 4 kaki
- 3) Wilayah social, ialah kedekatan yang berjarak antara 4 sampai 12 kaki
- 4) Wilayah umum, ialah kedekatan yang berjarak antara 4 sampai 12 kaki atau sampai suara kita terdengar dalam jarak 25 kaki

g. Artifak dan Visualisasi

Hasil seni juga banyak memberi isyarat yang mengandung arti. Para antropolog dan arkeolog sudah lama memberi perhatian terhadap benda-benda yang digunakan oleh manusia dalam hidupnya, antara lain *artifacts*

h. Warna

Warna juga memberi arti terhadap suatu objek. Di Indonesia, warna hijau sering kali diidentikan dengan warna Partai Persatuan Pembangunan, kuning sebagai warna Golongan Karya, dan merah sebagai Partai Demokrasi Indonesia.

2.6 Label halal

Sertifikasi halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at islam. Sertifikasi Halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencatuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Tujuan sertifikasi halal MUI pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberi kepastian status kehalalan, sehingga dapat menentramkan batin konsumen dalam mengonsumsinya. kesinambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan Sistem Jaminan Halal.

2.7 Mie Instan Samyang

Mie Korea yang memiliki rasa sangat pedas atau yang lebih dikenal dengan *Samyang* merupakan mie instan yang diproduksi dari Negara Korea Selatan ini memiliki rasa yang begitu terkenal pedasnya dan banyak yang ingin mencoba mie

samyang ini. Rasa pedas yang sangat begitu pedas ini membuat para pencoba nya pun terus-terusan untuk mengonsumsinya. Selain rasa pedas yang khas yang dimiliki mie samyang ini, porsi yang dua kali lipat dari mie instan biasanya pun menjadi kepuasan tersendiri bagi pengonsumsinya. Mie samyang ini memiliki dua rasa yaitu *Hot Spicy Chicken* dan *Chesse*. Rasa mie samyang *chesse* ini belum banyak beredar dan masih jarang ditemukan. Mie samyang biasanya dapat ditemukan di Indomaret, *Alfa Mart*, *FoodHall*, *Sevel Eleven* dan lain-lain. Mie samyang pun ketika dikirim ke Indonesia diberi label halal, namun masih terdapat mie samyang yang tidak ada label halalnya. Hal itu pun tidak membuat para penyukanya tidak membeli dan mengonsumsi mie samyang. Banyaknya orang yang gemar mengonsumsi mie samyang, membuat para penjualnya pun mengambil untung. Mie samyang yang berbentuk kemasan maupun cup ini bisa dijual pada kisaran harga Rp15000 hingga Rp22000. Tak hanya di ambil keuntungan oleh para penjualnya, Mie samyang ini pun dijadikan sebuah tantangan dimana yang dapat menghambiskan terlebih dahulu dan kuat dengan rasa pedas yang dimilikinya dialah pemenangnya. Tantangan itu pun mereka pertunjukan di dalam akun media sosial mereka. Hal ini pun membuat mie samyang terus menjadi mie instan favorite di lingkungan masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.2 Jenis penelitian

Tipe penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif hanyalah melaporkan situasi dan peristiwa, penelitian ini tidak menjelaskan hubungan, menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasikan masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlangsung.

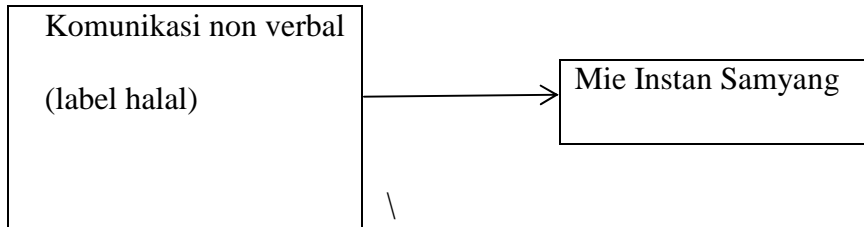
Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang hasilnya berupa laporan yang menggunakan bilangan atau angka. Pendekatan kuantitatif yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang secara factual dan cermat.

3.2 Kerangka konsep

Dalam melakukan penelitian, seorang penelitian membutuhkan kerangka konsep untuk menggambarkan secara tepat fenomena yang diteliti, yakni istilah dan defenisi yang digunakan secara abstrak, kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu komunikasi. Melalui kerangka konsep, peneliti diharapkan akan dapat menyederhanakan pemikirannya dengan menggunakan istilah untuk beberapa kejadian yang berkaitan satu dengan yang lainnya.

Konsep utama yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah komunikasi non verbal. Secara teoritis penelitian ini digambarkan ke dalam suatu teoritis sebagai berikut.

Gambar Model Teoritis



3.3 Definisi Konsep

Definisi Konsep merupakan batasan terhadap masalah-masalah variable yang dijadikan pedoman dalam penelitian sehingga akan memudahkan dalam mengoperasikannya di lapangan. Definisi konsep adalah penjabaran lebih lanjut.

mengenai kerangka konsep yang telah diklasifikasi lebih lanjut mengenai kerangka konsep yang telah diklasifikasi bentuk variable yang akan diteliti.

Untuk memahami dan memudahkan dalam menafsirkan banyak teori yang ada dalam penelitian ini, maka akan ditentukan beberapa definisi konseptual yang berhubungan dengan yang akan diteliti, antara lain:

a. Komunikasi Non verbal

Manusia dalam berkomunikasi selain memakai kode verbal(bahasa) juga memakai kode nonverbal. Kode nonverbal biasa disebut juga bahasa isyarat atau bahasa diam (*silent language*). Kode nonverbal yang digunakan dalam

berkomunikasi, sudah lama menarik perhatian para ahli terutama dari kalangan antropologi, bahasa, bahkan dari bidang kedokteran. Perhatian para ahli untuk mempelajari bahasa nonverbal diperkirakan dimulai sejak 1873, terutama dengan munculnya tulisan Charles Darwin tentang bahasa ekspresi wajah manusia (Cangara, 2014:117).

b. Mie Instan Samyang

Mie instan Samyang adalah makanan yang berasal dari Korea. Atas dasar minat beli masyarakat yang banyak, mie instan tersebut mulai masuk ke Indonesia. Dimana mie instan tersebut memiliki banyak peminat dan kualitas yang bagus.

3.4 Operasionalisasi Konsep

Menurut Sugiyono (2012:31) definisi operasional adalah penentuan kontrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan kontrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran kontrak yang lebih baik.

Jadi, dapat disimpulkan operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat variabel yang diamati. Operasional mencakup hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan. Operasional bersifat spesifik, rinci, tegas dan pasti yang menggambarkan karakteristik variabel-variabel penelitian dan hal-hal yang dianggap penting.

Berasarkan kerangka konsep dan definisi konsep dikemukakan, maka dibuatlah operasionalisasi konsep sebagai berikut.

Table3.1
Operasional Konsep

| Variable | Indikator | ukuran |
|--------------------------|-----------------------|--|
| 1. Komunikasi non verbal | 1. Kognitif | Pengetahuan tentang label halal pada mie isntan samyang |
| | 2. Afektif | Sikap dalam menanggapi label halal pada mie isntan samyang |
| | 3. Konatif | Tindakan atau perilaku untuk mengonsumsi mie instan Samyang. |
| 2. Mie instan Samyang | 1. Produsen | 1) Tingkat higienis produksi 2) Tingkat pengaruh label halal |
| | 2. Pedagang atau toko | 1) Tingkat kompetitif dengan toko lain 2) Tingkat pelayanan yang optimal kepada pelanggan |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>3. Konsumen atau pelanggan</p> | <p>1) Tingkat kepercayaan kepada label halal</p> <p>2) Tingkat kepuasan untuk mengonsumsi</p> |
|--|---|---|

3.5 Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. populasi bukan hanya orang, melainkan juga benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek-subjek yang dipelajari, melainkan seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (Ardial,2014:336).

Populasi dalam setiap penelitian harus disebutkan secara tersurat yaitu yang berkenaan dengan besarnya anggota populasi serta wilayah penelitian. Tujuan diadakan populasi ialah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah warga kota Medan yang tinggal di lingkungan I jalan Budi Luhur, kelurahan Dwikora Medan Helvetia dengan jumlah (masih ada lanjutan). Penentuan sampel dihitung berdasarkan pembatasan masalah yang telah penulis tentukan yaitu yang pernah mengonsumsi mie instan Samyang dan hanya berfokus kepada masyarakat muslim yang berumur 15 tahun keatas.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian populasi yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu (Nawawi, 2005 :16). Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan rumus Taro Yamane, rumusnya adalah :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{Nd^2 + 1} \\
 &= \frac{1364}{1364 (0.1)^2 + 1} \\
 &= \frac{1364}{1364 (0.01) + 1} \\
 &= \frac{1364}{1364 + 1} \\
 &= \frac{1364}{14.64} \\
 &= 93
 \end{aligned}$$

Dengan demikian banyaknya sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 93 orang, yang terdiri dari masyarakat jalan Budi Luhur yang berusia 15 tahun keatas. Dalam

penelitian ini penarikan sampel berdasarkan dengan teknik *sampling bertingkat*, teknik sampling ini disebut juga dengan istilah teknik sampling berlapis, berjenjang, dan peta. (Usman, 2009 : 44). Teknik ini digunakan apabila populasinya heterogen atau terdiri atas kelompok-kelompok yang bertingkat. Penentuan tingkat berdasarkan karakteristik tertentu. Misalnya, menurut usia, pendidikan, agama, golongan/pangkat, dan sebagainya. Kriteria teknik sampling bertingkat dalam penelitian ini adalah:

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh melalui pengamatan langsung mengenai gejala-gejala yang dapat dilihat dari objek penelitian. Yang dilakukan adalah Quisioner (angket), yaitu daftar pernyataan atau pertanyaan yang dikirim kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung (Husaini dan Purnomo, 2004:60). Data yang dikumpulkan meliputi hal-hal yang berkaitan dengan variabel-variabel penilaian. Bobot nilai angket yang ditentukan berdasarkan skala likert (Husaini dan Purnomo, 2004:69) yaitu:

- i. Untuk jawaban “A” di beri nilai 4 (sangat setuju)
- ii. Untuk jawaban “B” diberi nilai 3 (setuju)
- iii. Untuk jawaban “C” diberi nilai 2 (kurang setuju)
- iv. Untuk jawaban “D” diberi nilai 1 (tidak setuju)

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan-bahan berupa, buku, jurnal, makalah, artikel, dan berbagai tulisan lainnya yang menyangkut dalam penelitian ini.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif,yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka kemudian menarik kesimpulan dan pengujian tersebut. Alat uji statistik yang akan di gunakan adalah :

a. Analisis tabel tunggal

Tabel tunggal adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di interpretasikan,yaitu membagi variabel variabel penelitian kedalam jumlah frekuensi dan persentase (Singarimbun,2008:263).

b. Korelasi Product Moment

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{((n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2))}}$$

Untuk menguji koefisien antara dua variabel digunakan rumus korelasi Product Moment Persons yang dikutip oleh (Rakhmat,2010:175)

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel penelitian

x = Variabel bebas

y = Variabel terikat

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah dimana peneliti menentukan daerah yang akan diteliti berdasarkan pemilihan yang sudah dilakukan sebelumnya. Untuk penelitian ini penulis memilih warga Kota Medan yang tinggal di Jalan Budi Luhur Kelurahan Dwi Kora sebagai respondenya.

Waktu penelitian dimulai pada Agustus 2018 sampai dengan selesai. Dimana penelitian menimbang pada bulan tersebut peneliti mulai bias focus untuk meneliti langsung turun lapangan. Adapun tahapan dari penelitian ini adalah:

- a. Riset
- b. Pengumpulan data
- c. Pengolahan data
- d. Penulisan laporan

BAB IV

HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

4.1 PENYAJIAN DATA

Setelah diadakan penelitian dan pengumpulan data dilapangan, maka diperoleh berbagai data tentang keadaan responden dalam kaitannya dengan pengaruh pemberitaan label halal mieinstan Samyang kepada masyarakat di Jalan Budi Luhur, kelurahan Dwi Kora

Data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel tunggal dengan sampel dan responden adalah Masyarakat di Jalan Budi Luhur, kelurahan Dwi Kora. Adapun kuisioner yang disebarakan kepada Masyarakat jalan Budi Luhur terdiri dari 24 pertanyaan dan 1 saran yang terdiri lagi dari 12 variabel terikat dan 12 variabel bebas.

Data yang peneliti diperoleh dari hasil penelitian ini dianalisis dengan bentuk tabel tunggal, uji korelasi dengan rumus Product Moment Correlation.

Dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden dan hasil yang diperoleh disajikan dalam bentuk tabel-tabel sebagai berikut :

A. Analisa tabel tunggal

1) Identitas responden

Identitas responden untuk mengetahui latar belakang responden. Adapun identitas yang dianggap relevan menurut penelitian ini meliputi nama, usia, agama dan jenis kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis kelamin | Frekuensi | Persentase |
|-----------|----------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Laki-laki | 52 | 55.91 |
| 2 | Perempuan | 41 | 44.08 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Berdasarkan tabel 4.1 diatas maka dapat diperoleh data yang menunjukkan bahwa dari 93 yang menjadi responden terdapat 52 orang atau 55,91 % berjenis kelamin laki-laki dan perempuan 41 orang atau 44,08 %.

Dari hasil tabel diatas dapat diketahui mayoritas responden adalah masyarakat yang berjenis kelamin laki-laki 52 orang atau 55,91 %. Hal ini berarti didominasi oleh masyarakat laki-laki.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| No | Usia | Frekuensi | Persentase (%) |
|----|---------|-----------|----------------|
| 1 | 17 – 21 | 34 | 36.55 |
| 2 | 22 – 26 | 11 | 11.82 |
| 3 | 27 – 31 | 6 | 6.45 |
| 4 | 32 – 36 | 8 | 8.60 |
| 5 | 37– 41 | 2 | 2.15 |
| 6 | 42 – 46 | 7 | 7.52 |
| 7 | 47 – 51 | 10 | 10.75 |
| 8 | 52 – 56 | 10 | 10.75 |
| 9 | 57 – 61 | 5 | 5.37 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Berdasarkan tabel 4.1 diatas maka dapat diketahui bahwa data yang diperoleh dari 93 responden menunjukkan bahwa responden yang berumur 17-21 tahun 34 orang atau 36.55%, bermur 22-26 tahun 11 orang atau 11.82%, berumur 27-31 tahun 6

orang atau 6.45%, berumur 32-36 tahun 8 orang atau 8.60%, berumur 37-41 tahun 2 orang atau 2.15%, berumur 42-46 tahun 7 orang atau 7.52%, berumur 47-51 tahun 10 orang atau 10.75%, berumur 52-56 tahun 10 orang atau 10.75%, berumur 57-61 tahun 5 orang atau 5.37%.


Dari hasil tabel diatas dapat diketahui mayoritasresponden adalah masyarakat berumur 17-21 tahun 34 orang atau 36.55%. Hal ini berarti didominasi oleh masyarakat yang berumur 20 tahun.

B. Analisis Data

1. Analisi data untuk Variabel X komunikasi non verbal label halal

Tabel 4.3

Saya mengetahui maksud dari gambar disamping

| No | Label | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|----|---|--------------------|-----------|------------|
| 1 |  | Sangat setuju | 7 | 7.52 |
| 2 |  | Setuju | 70 | 75.26 |
| 3 |  | Kurang setuju | 12 | 12.90 |
| 4 |  | Tidak setuju | 4 | 4.30 |
| | | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 1

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang (7.52%), yang menjawab setuju 70 orang (75.26%), yang menjawab kurang setuju 12 orang (12.90%), yang menjawab tidak setuju 4 orang (4,30%). Dimana responden setuju bila responden mencari informasi tentang gambar label halal.

Tabel 4.4

Saya mengetahui letak label halal pada produk mie Samyang

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 6 | 6.45 |
| 2 | Setuju | 77 | 82.79 |
| 3 | Kurang setuju | 7 | 9.67 |
| 4 | Tidak setuju | 3 | 3.22 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 2

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 6 orang (6.45%), yang menjawab setuju 77 orang (82.79%), yang menjawab kurang setuju 7 orang (9.67%), yang menjawab tidak setuju 3 orang (3.22%). Dimana responden setuju bila responden mencari informasi tentang Sikap dalam menanggapi label halal pada mie isntan samyang.

Tabel 4.5

Saya memperhatikan gambar tersebut sebelum melakukan pembelian mie Samyang

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 26 | 27.95 |
| 2 | Setuju | 62 | 66.66 |
| 3 | Kurang setuju | 3 | 3.22 |
| 4 | Tidak setuju | 2 | 2.15 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 3

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang (27.95%), yang menjawab setuju 62 orang (66.66%), yang menjawab kurang setuju 3 orang (3.22%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2.15%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila Tindakan atau perilaku untuk melihat label tersebut sebelum melakukan pembelian

Tabel 4.6

Tulisan pada gambar disamping terbaca dengan jelas

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 12 | 12.90 |
| 2 | Setuju | 62 | 66.66 |
| 3 | Kurang setuju | 17 | 18.27 |
| 4 | Tidak setuju | 2 | 2.15 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 4

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang (12.90%), yang menjawab setuju 62 orang (66.66%), yang menjawab kurang setuju 17 orang (18.27%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2.15%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila responden dapat mengetahui gambar label terlihat jelas.

Tabel 4.7

Saya mengetahui label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 13 | 13.97 |
| 2 | Setuju | 60 | 64.51 |
| 3 | Kurang setuju | 18 | 19.35 |
| 4 | Tidak setuju | 2 | 2.15 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 5

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 13 orang (13.97%), yang menjawab setuju 60 orang (64.51%), yang menjawab kurang setuju 18 orang (19.35%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2.15%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila mereka mengetahui label halal resmi yang dikeluarkan oleh MUI.

Tabel 4.8

Adanya tulisan halal yang terdapat pada gambar tersebut membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian mie Samyang

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 13 | 13.97 |
| 2 | Setuju | 46 | 49.46 |
| 3 | Kurang setuju | 31 | 33.33 |
| 4 | Tidak setuju | 3 | 3.22 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 6

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 13 orang (13.97%), yang menjawab setuju 46 orang (49.46%), yang menjawab kurang setuju 31 orang (33.33%), yang menjawab tidak setuju 3 orang (3.22%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila Adanya tulisan halal yang terdapat pada gambar tersebut membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian mie Samyang.

Tabel 4.9

Adanya label halal menjadi pertimbangan saya untuk membeli mie Samyang

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 12 | 12.90 |
| 2 | Setuju | 53 | 56.98 |
| 3 | Kurang setuju | 24 | 25.80 |
| 4 | Tidak setuju | 4 | 4.30 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 7

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang (12.90%), yang menjawab setuju 53 orang (56.98%), yang menjawab kurang setuju 24 orang (25.80%), yang menjawab tidak setuju 4 orang (4.30%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila tampilan label halal berpengaruh untuk membeli mie instan Samyang

Tabel 4.10

Saya mengetahui jelas letak label halal di samping pada kemasan produk mie Samyang

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 12 | 12.90 |
| 2 | Setuju | 50 | 53.76 |
| 3 | Kurang setuju | 29 | 31.18 |
| 4 | Tidak setuju | 2 | 2.15 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 8

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 orang (12.90%), yang menjawab setuju 50 orang (53.76%), yang menjawab kurang setuju 29 orang (31.18%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2.15%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila mengetahui letak label halal pada produk mie Samyang.

Tabel 4.11

Karena terdapat label halal mempermudah saya mengetahui mutu produk

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 11 | 11.82 |
| 2 | Setuju | 56 | 60.21 |
| 3 | Kurang setuju | 24 | 25.80 |
| 4 | Tidak setuju | 2 | 2.15 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 9

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 orang (11.82%), yang menjawab setuju 56 orang (60.21%), yang menjawab kurang setuju 24 orang (25.80%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2.15%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila responden percaya karena terdapat label halal mempermudah saya mengetahui mutu produk

Tabel 4.12

Karena terdapat label halal mempermudah saya mengetahui informasi tentang mie Samyang

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 8 | 8.60 |
| 2 | Setuju | 47 | 50.53 |
| 3 | Kurang setuju | 36 | 38.70 |
| 4 | Tidak setuju | 2 | 2.15 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 10

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 orang (8.60%), yang menjawab setuju 47 orang (50.53%), yang menjawab kurang setuju 36 orang (38.70%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2.15%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila terdapat label halal mempermudah saya mengetahui informasi tentang mie Samyang

Tabel 4.13

Saya selalu mempertimbangkan produk mie Samyang sebelum membelinya

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 2 | 2.15 |
| 2 | Setuju | 38 | 40.86 |
| 3 | Kurang setuju | 40 | 43.01 |
| 4 | Tidak setuju | 13 | 13.97 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 11

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 2 orang (2.15%), yang menjawab setuju 38 orang (40.86%), yang menjawab kurang setuju 40 orang (43.01%), yang menjawab tidak setuju 13 orang (13.97%).

Dapat disimpulkan bahwa responden kurang setuju bila selalu mempertimbangkan produk mie Samyang sebelum membelinya

Tabel 4.14

Kemasan yang menarik, mencolok, unik berpengaruh besar terhadap memilih produk ini

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 8 | 8.60 |
| 2 | Setuju | 36 | 38.70 |
| 3 | Kurang setuju | 44 | 47.31 |
| 4 | Tidak setuju | 5 | 5.37 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 12

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 orang (8.60%), yang menjawab setuju 36 orang (38.70%), yang menjawab kurang setuju 44 orang (47.31%), yang menjawab tidak setuju 5 orang (5.37%).

Hal ini berarti mayoritas responden kurang setuju bila kemasan yang menarik, mencolok, unik berpengaruh besar terhadap memilih produk ini

2. Analisa data untuk Variabel Y minat beli

Tabel 4.15

Kualitas, mutu dan jaminan halal adalah hal yang selalu saya terapkan dalam mempertimbangkan pemilihan produk Samyang

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 6 | 6.45 |
| 2 | Setuju | 64 | 68.81 |
| 3 | Kurang setuju | 15 | 16.12 |
| 4 | Tidak setuju | 8 | 8.60 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 13

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 6 orang (6.45%), yang menjawab setuju 64 orang (68.81%), yang menjawab kurang setuju 15 orang (16.12%), yang menjawab tidak setuju 8 orang (8.60%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila, kualitas, mutu dan jaminan halal adalah hal yang selalu saya terapkan dalam mempertimbangkan pemilihan produk Samyang

Tabel 4.16

Pengalaman pribadi adalah informasi yang paling akurat yang saya jadikan pedoman sebelum memilih produk mie Samyang

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 11 | 11.82 |
| 2 | Setuju | 50 | 53.76 |
| 3 | Kurang setuju | 29 | 31.18 |
| 4 | Tidak setuju | 3 | 3.22 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 14

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 orang (11.82%), yang menjawab setuju 50 orang (53.76%), yang menjawab kurang setuju 29 orang (31.18%), yang menjawab tidak setuju 3 orang (3.22%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila responden percaya pengalaman pribadi adalah informasi yang paling akurat yang saya jadikan pedoman sebelum memilih produk mie Samyang

Tabel 4.17

Label halal pada produk mie Samyang memberikan informasi jaminan dari mutu produk

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 16 | 17.20 |
| 2 | Setuju | 68 | 73.11 |
| 3 | Kurang setuju | 8 | 8.60 |
| 4 | Tidak setuju | 1 | 1.07 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 15

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 orang (17.20%), yang menjawab setuju 68 orang (73.11%), yang menjawab kurang setuju 8 orang (8.60%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1.07%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila Label halal pada produk mie Samyang memberikan informasi jaminan dari mutu produk

Tabel 4.18

Kelengkapan atribut pada produk mie Samyang seperti label halal berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian produk

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 10 | 10.75 |
| 2 | Setuju | 44 | 47.31 |
| 3 | Kurang setuju | 36 | 38.70 |
| 4 | Tidak setuju | 3 | 3.22 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 16

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 10 orang (10.75%), yang menjawab setuju 44 orang (47.31%), yang menjawab kurang setuju 36 orang (38.70%), yang menjawab tidak setuju 3 orang (3.22%). Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila dengan, kelengkapan atribut pada produk mie Samyang seperti label halal berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian produk

Tabel 4.19

Banyak pertimbangan yang saya lakukan sebelum melakukan pembelian produk mie samyang

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 9 | 9.67 |
| 2 | Setuju | 54 | 58.06 |
| 3 | Kurang setuju | 29 | 31.18 |
| 4 | Tidak setuju | 1 | 1.07 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 17

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang (19.67%), yang menjawab setuju 54 orang (58.06%), yang menjawab kurang setuju 29 orang (31.18%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1.07%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila banyak pertimbangan yang saya lakukan sebelum melakukan pembelian produk mie Samyang.

Tabel 4.20

Banyak pertimbangan dalam memilih produk mie Samyang membuat saya sulit mengambil keputusan membeli

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 4 | 4.30 |
| 2 | Setuju | 48 | 51.61 |
| 3 | Kurang setuju | 37 | 39.78 |
| 4 | Tidak setuju | 4 | 4.30 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 18

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 4 orang (4.30%), yang menjawab setuju 48 orang (51.61%), yang menjawab kurang setuju 37 orang (39.78%), yang menjawab tidak setuju 4 orang (4.30%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila banyak pertimbangan dalam memilih produk mie Samyang membuat saya sulit mengambil keputusan membeli.

Tabel 4.21

Jika ada ragam atau macam produk mie Samyang lain pada satu toko, kemungkinan besar akan mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk mie Samyang

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 5 | 5.37 |
| 2 | Setuju | 33 | 35.48 |
| 3 | Kurang setuju | 51 | 54.83 |
| 4 | Tidak setuju | 4 | 4.30 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 19

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 5 orang (5.37%), yang menjawab setuju 33 orang (35.48%), yang menjawab kurang setuju 51 orang (54.83%), yang menjawab tidak setuju 4 orang (4.30%).

Hal ini berarti mayoritas responden kurang setuju bila Jika ada ragam atau macam produk mie Samyang lain pada satu toko, kemungkinan besar akan mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk mie Samyang

Tabel 4.22

Pembelian adalah proses transaksi jual beli setelah saya memperoleh keyakinan pada suatu produk

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 6 | 6.45 |
| 2 | Setuju | 69 | 74.19 |
| 3 | Kurang setuju | 16 | 17.20 |
| 4 | Tidak setuju | 2 | 2.15 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 20

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 6 orang (6.45%), yang menjawab setuju 69 orang (74.19%), yang menjawab kurang setuju 16 orang (17.20%), yang menjawab tidak setuju 2 orang (2.15%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila Pembelian adalah proses transaksi jual beli setelah saya memperoleh keyakinan pada suatu produk

Tabel 4.23

Ketidak cocokan akan kualitas produk adalah masalah yang sering timbul setelah saya membeli dan mengonsumsi produk mie Samyang

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 1 | 1.07 |
| 2 | Setuju | 26 | 27.95 |
| 3 | Kurang setuju | 54 | 58.06 |
| 4 | Tidak setuju | 12 | 12.90 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 21

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 1 orang (1.07%), yang menjawab setuju 26 orang (27.95%), yang menjawab kurang setuju 54 orang (58.06%), yang menjawab tidak setuju 12 orang (12.90%).

Hal ini berarti mayoritas responden kurang setuju bila Ketidak cocokan akan kualitas produk adalah masalah yang sering timbul setelah saya membeli dan mengonsumsi produk mie Samyang

Tabel 4.24

Saya membeli mie Samyang karena merk unggul dan baik di pasaran

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 7 | 7.52 |
| 2 | Setuju | 73 | 78.49 |
| 3 | Kurang setuju | 10 | 10.75 |
| 4 | Tidak setuju | 3 | 3.22 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 22

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang (7.52%), yang menjawab setuju 73 orang (78.49%), yang menjawab kurang setuju 10 orang (10.75%), yang menjawab tidak setuju 3 orang (3.22%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila Saya membeli mie Samyang karena merk unggul dan baik di pasaran

Tabel 4.25

Saya membeli mie Samyang karena produknya berkualitas

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 5 | 5.37 |
| 2 | Setuju | 63 | 67.74 |
| 3 | Kurang setuju | 24 | 25.80 |
| 4 | Tidak setuju | 1 | 1.07 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 23

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 5 orang (5.37%), yang menjawab setuju 63 orang (67.74%), yang menjawab kurang setuju 24 orang (25.80%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1.07%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila Saya membeli mie Samyang karena produknya berkualitas

Tabel 4.26

Alternatif-alternatif merk instan lainya kurang menjadi pertimbangan saya ketika memutuskan untuk membeli mie instan Samyang

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Persentase |
|-----------|---------------------------|------------------|-------------------|
| 1 | Sangat setuju | 9 | 9.67 |
| 2 | Setuju | 63 | 67.74 |
| 3 | Kurang setuju | 20 | 21.50 |
| 4 | Tidak setuju | 1 | 1.07 |
| | Jumlah | 93 | 100 |

Sumber angket No : 24

Tabel diatas menjelaskan bahwa dari 93 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang (9.67%), yang menjawab setuju 63 orang (67.74%), yang menjawab kurang setuju 20 orang (21.50%), yang menjawab tidak setuju 1 orang (1.07%).

Hal ini berarti mayoritas responden setuju bila Alternatif-alternatif merk instan lainya kurang menjadi pertimbangan saya ketika memutuskan untuk membeli mie instan Samyang

A. Hasil Uji Statistik

Tabel 4.27

**Tabulasi Hasil Data Variabel X
Komunikasi non verbal label halal**

| No. Resp | No. Instrumen | | | | | | | | | | | | Total |
|-------------|---------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 36 |
| 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 34 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 35 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 29 |
| 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 31 |
| 6 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 40 |
| 7 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 35 |
| 8 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 35 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 35 |
| 10 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 44 |
| 11 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 12 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 26 |
| 13 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 35 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 35 |
| 16 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 34 |
| 17 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 33 |
| 18 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 33 |
| 19 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 32 |
| 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 34 |
| 21 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 29 |
| 22 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 23 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 31 |
| 24 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 31 |
| 25 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 35 |
| 26 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 |
| 27 | 2 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 29 |
| 28 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 |
| 29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 30 |
| 30 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 33 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 31 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 32 |
| 32 | 1 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 22 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 41 |
| 34 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 20 |
| 35 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 |
| 36 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 33 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 31 |
| 38 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 20 |
| 39 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 |
| 40 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 |
| 41 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 31 |
| 43 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 33 |
| 44 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 33 |
| 45 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 32 |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 45 |
| 49 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 35 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 51 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 32 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 33 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 34 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 33 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 34 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 43 |
| 59 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 1 | 35 |
| 60 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 34 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2 | 34 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 34 |
| 67 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 32 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 33 |
| 69 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 33 |
| 70 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 30 |
| 71 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 33 |
| 72 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 34 |
| 73 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 74 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 35 |
| 76 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 35 |
| 77 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 33 |
| 78 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 39 |
| 80 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 31 |
| 81 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 32 |
| 82 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 33 |
| 83 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 28 |
| 84 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 31 |
| 85 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 33 |
| 86 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 30 |
| 87 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 32 |
| 88 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 31 |
| 89 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 90 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 30 |
| 91 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 32 |
| 92 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 33 |
| 93 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 31 |

Sumber :Hasil data angket Variabel (X)

Berdasarkan tabel diatas, dapat di ketahui bahwa nilai tertinggi responden adalah 45 dan nilai jawaban terendah adalah 20. Nilai-nilai tersebut dipergunakan untuk mengklarifikasi data dengan mencari jarak pengukuran (R) terlebih dahulu.

Adapun nilai R adalah sebagai berikut:

$$R = \text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}$$

$$R = 45 - 20 = 25$$

Setelah jarak pengukuran R diketahui, maka dapat dicari interval (i) dengan rumus sebagai berikut :

$$i = \frac{R}{\text{Jarak Interval}}$$

$$i = \frac{25}{5}$$

$$i = 5$$

Sesudah lebar interval diketahui maka jarak tersebut dapat digunakan untuk membatasi kategori jawaban responden seperti tinggi, sedang, rendah

Tabel 4. 28
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
Variabel Bebas (X) komunikasi non verbal label halal

| No. | Kategori | Frekuensi | Jumlah | Presentase |
|--------|----------|-----------|--------|------------|
| 1. | Tinggi | 30 – ≥ | 86 | 92.47 |
| 2. | Sedang | 25 – 29 | 4 | 4.30 |
| 3. | Rendah | 20 – 24 | 3 | 3.22 |
| Jumlah | | | 93 | 100 |

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan dari seluruh responden yang menyatakan Pengaruh komunikasi non verbal label halal dalam kategori tertinggi yaitu sebanyak 86 orang (92.47%), yang menjawab Pengaruh komunikasi non verbal label halal dalam kategori sedang berjumlah 4 orang (4.30%) dan yang berada dalam kategori rendah jumlahnya 3 orang (3.22%).

Ini berarti Pengaruh komunikasi non verbal label halal termasuk dalam kategori tertinggi. Hal ini terbukti dari 93 orang responden 86 orang (92.47%) menjawab Pengaruh komunikasi non verbal label halal produk mie instan Samyang terhadap minat beli masyarakat kota Medan.

Tabel 4.29**Tabel Hasil Data Variabel Y
Minat beli**

| No. Resp | No. Instrumen | | | | | | | | | | | | Total |
|-------------|---------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 4 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 28 |
| 5 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 28 |
| 6 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 7 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 27 |
| 8 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 26 |
| 9 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 25 |
| 10 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 40 |
| 11 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 12 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 24 |
| 13 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 29 |
| 14 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 28 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 16 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 17 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 18 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 31 |
| 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 32 |
| 20 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 21 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 32 |
| 22 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 24 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 27 |
| 25 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 | 36 |
| 26 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 33 |
| 27 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 28 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 31 |
| 30 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 30 |
| 31 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 32 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 27 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 42 |
| 34 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 26 |
| 35 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 36 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 30 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 31 |
| 38 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 25 |
| 39 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 40 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 41 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 32 |
| 43 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 44 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 30 |
| 45 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 46 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 45 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 26 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 51 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 54 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 57 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 45 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 38 |
| 60 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 65 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 66 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 34 |
| 68 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 34 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 70 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 71 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 72 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 73 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 32 |
| 74 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 34 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 76 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 77 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 39 |
| 78 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| 79 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 31 |
| 80 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 81 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 42 |
| 82 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 |
| 83 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 84 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 30 |
| 85 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 34 |
| 86 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 87 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 31 |
| 88 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 89 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 30 |
| 90 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 31 |
| 91 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 31 |
| 92 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | 29 |
| 93 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 30 |

Sumber : Hasil Data Angket Variabel (Y)

Berdasarkan tabel diatas, dapat di ketahui bahwa nilai tertinggi responden adalah 45 dan nilai jawaban terendah adalah 24. Nilai-nilai tersebut dipergunakan untuk mengklarifikasi data dengan mencari jarak pengukuran (R) terlebih dahulu.

Adapun nilai R adalah sebagai berikut:

$$R = \text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}$$

$$R = 45 - 24 = 21$$

Setelah jarak pengukuran R diketahui, maka dapat dicari interval (i) dengan rumus sebagai berikut :

$$i = \frac{R}{\text{Jarak Interval}}$$

$$i = \frac{21}{5}$$

$$i = 4$$

Sesudah lebar interval diketahui maka jarak tersebut dapat digunakan untuk membatasi kategori jawaban responden seperti tinggi, sedang, rendah

Tabel 4.30
Distribusi Frekuensi jawaban Responden terhadap Variabel (Y) minat beli

| No. | Kategori | Frekuensi | Jumlah | Presentase |
|--------|----------|-----------|--------|------------|
| 1. | Tinggi | 32 – ≥ | 51 | 54.83 |
| 2. | Sedang | 28 – 31 | 32 | 34.40 |
| 3. | Rendah | 24 – 27 | 10 | 10.75 |
| Jumlah | | | 93 | 100 |

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan dari seluruh responden yang menyatakan minat beli masyarakat tertinggi yaitu sebanyak 51 orang (54.83%), yang menjawab minat beli masyarakat dalam kategori sedang berjumlah 32 orang (34.40%) dan rendah sebanyak 10 orang (10.75%).

Ini berarti tindakan memilih masyarakat termasuk dalam kategori tertinggi. Hal ini terbukti dari 93 orang responden 51 orang (54.83%) menjawab minat beli masyarakat dalam kategori tertinggi di jalan Budi Luhur kelurahan Dwi kora Medan.

1. Korelasi Product Moment

Mengetahui ada tidaknya Pengaruh komunikasi non verbal label halal produk mie instan Samyang terhadap minat beli masyarakat kota Medan, yang sekaligus menguji kebenaran Hipotesis yang di ajukan oleh peneliti, maka digunakan rumus korelasi product moment, yaitu:

$$n : 93$$

$$\sum X : 3106$$

$$\sum Y : 3020$$

$$\sum X^2 : 105138$$

$$\sum Y^2 : 99632$$

$$\sum XY : 101667$$

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{93 \times 101667 - (3106)(3020)}{\sqrt{(93 \times 105138 - (3106)^2)(93 \times 99632 - (3020)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{9455031 - 9380120}{\sqrt{(9777834 - 9647236)(9265776 - 9120400)}}$$

$$r_{xy} = \frac{74911}{\sqrt{(130598)(145376)}}$$

$$r_{xy} = \frac{74911}{\sqrt{1898581410}}$$

$$r_{xy} = \frac{74911}{43572}$$

$$r_{xy} = 1,719$$

Berdasarkan hitungan diatas, diperoleh r hitung sebesar 1,719 ini menunjukkan ada atau tidaknya hubungan antar variabel X dan variabel Y, maka digunakan dengan pedoman koefisien korelasi. Dengan membandingkan nilai r_{xy} hitung lebih besar dari r tabel dengan $n=93$ yaitu r_{xy} hitung $1,719 > r_{xy}$ tabel $0,204$. Ini menunjukkan adanya pengaruh hubungan antara variabel X (komunikasi non verbal label halal) terhadap variabel Y (minat beli masyarakat). Disamping itu untuk mengukur dan mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y maka digunakan tabel interpretasi koefisien product moment sebagai berikut:

Tabel 4. 31

Pedoman untuk memberikan interpretasi Koefisien Korelasi

| No. | Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|-----|--------------------|-----------------------------------|
| 1 | 0,800 – 1,00 | Tinggi |
| 2 | 0,600 – 0,800 | Cukup |
| 3 | 0,400 – 0,600 | Agak Rendah |
| 4 | 0,200 – 0,400 | Rendah |
| 5 | 0,000 – 0,200 | Sangat Rendah (Tidak Berkorelasi) |

Sumber: Arikunto (2013: 319)

Berdasarkan hubungan diatas dapat dilihat korelasi antara variabel bebas (X) pengaruh komunikasi non verbal dan variabel terikatnya (Y) terhadap minat beli masyarakat tinggi, yaitu 0,800-1,00. Jadi terdapat hubungan yang tinggi antara

variabel X (pengaruh komunikasi non verbal label halal) terhadap variabel Y (terhadap minat beli masyarakat). Dengan demikian pengaruh komunikasi non verbal label halal berpengaruh dalam minat beli masyarakat .

B. Pembahasan Data

Dari hasil uji statistik dengan menggunakan uji korelasi product moment diperoleh r hitung sebesar 1,719 ini menunjukkan ada atau tidaknya hubungan antar variabel X dan variabel Y, maka digunakan dengan pedoman koefisien korelasi. Dengan membandingkan nilai r_{xy} hitung lebih besar dari r tabel dengan $n=93$ yaitu r_{xy} hitung $1,719 > r_{xy}$ tabel $0,204$. Ini menunjukkan adanya pengaruh hubungan antara variabel X (pengaruh komunikasi non verbal label halal) terhadap variabel Y (minat beli masyarakat). Disamping itu untuk mengukur dan mengetahui seberapa kuat hubungan antara

Berdasarkan hubungan antara variabel bebas (X) pengaruh komunikasi non verbal label halal dan variabel terikatnya (Y) terhadap minat beli masyarakat tinggi, yaitu $0,800-1,00$. Jadi terdapat hubungan yang tinggi antara variabel X (pengaruh komunikasi non verbal label halal) terhadap variabel Y (terhadap minat beli masyarakat). Dengan demikian pengaruh komunikasi non verbal label halal berpengaruh dalam minat beli masyarakat.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah di kemukakan pada bab-bab sebelumnya serta hasil analisis data, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang berjudul “pengaruh komunikasi non verbal label halal produk mie instan Samyang terhadap minat belimasyarakat kota Medan ” adalah sebagai berikut :

1. Dapat diketahui bahwa Pemberitaan mengenai pengaruh label halal pada minat beli mie instan Samyang sangat berpengaruh. Dibandingkan dengan sebelum adanya label halal pada kemasan Samyang, sekarang minat beli mie instan Samyang mengalami kenaikan pembeli.
2. Masyarakat di jalan Budi Luhur kelurahan Dwi Kora yang berusia 17-21 tahun menjadi responden terbanyak. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang berusia 17-21 tahun lebih memiliki kepedulian terhadap label halal pada produk mie instan Samyang.
3. Hasil uji hipotesis yang diperoleh menunjukkan bahwa yang diajukan di terima kebenarannya. Hal ini dikarenakan setelah melakukan perhitungan statistic dengan menggunakan rumus korelasi product moment menunjukkan nilai r_{xy} lebih besar dari r tabel terdapat pengaruh hubungan antara variabel X (pengaruh komunikasi non verbal label halal) terhadap variabel Y (terhadap minat beli masyarakat) dengan hubungan yang tinggi.

B. Saran

Dengan hasil penelitian yang telah disimpulkan maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada masyarakat untuk terus dapat bersikap objektif dalam menanggapi berita mengenai label halal pada setiap produk makanan.
2. Sebaiknya media massa sebagai sumber informasi bagi harus lebih *update* mengenai pemberitaan produk tentang kehalalannya. Karena informasi yang disampaikan oleh media massa tersebut akan membantu masyarakat dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adair, John. 2008. *Kepemimpinan yang memotivasi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka utama
- Ahmad, Syarwani & Harapan, Edi. 2014. *Komunikasi antarpribadi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi
- Arni, Muhammad. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____, 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____, 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wood, Julian T. 2013. *Komunikasi interpersonal interaksi keseharian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Widjaja, H.A., W. 2010. *Komunikasi: komunikasi dan hubungan masyarakat*. PT Bumi Aksara: Jakarta.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

PEDOMAN WAWANCARA

NAMA:

USIA:

agama:

Daftar Pertanyaan komunikasi non verbal label halal

1. Saya mengetahui maksud dari gambar disamping
2. Saya mengetahui letak label halal pada produk mie instan Samyang
3. Saya memperhatikan gambar tersebut sebelum melakukan pembelian mie Samyang
4. Tulisan pada gambar disamping terbaca dengan jelas
5. Saya mengetahui label halal yang resmi dikeluarkan oleh MUI
6. Adanya tulisan halal yang terdapat pada gambar tersebut membantu saya mengidentifikasi produk sebelum saya melakukan pembelian mie Samyang
7. Adanya label halal menjadi pertimbangan saya untuk membeli mie Samyang
8. Saya mengetahui jelas letak label halal di samping pada kemasan produk mie Samyang
9. Karena terdapat label halal mempermudah saya mengetahui mutu produk
10. Karena terdapat label halal mempermudah saya mengetahui informasi tentang mie Samyang
11. Saya selalu mempeetimbangan produk mie Samyang sebelum membelinya
12. Kemasan yang menarik, mencolok, unik berpengaruh besar terhadap memilih produk ini

PEDOMAN WAWANCARA

NAMA:

USIA:

Daftar Pertanyaan minat beli masyarakat:

1. Kualitas, mutu dan jaminan halal adalah hal yang selalu saya terapkan dalam mempertimbangkan pemilihan produk Samyang
2. Pengalaman pribadi adalah informasi yang paling akurat yang saya jadikan pedoman sebelum memilih produk mie Samyang
3. Label halal pada produk mie Samyang memberikan informasi jaminan dari mutu produk
4. Kelengkapan atribut pada produk mie Samyang seperti label halal berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian produk
5. Banyak pertimbangan yang saya lakukan sebelum melakukan pembelian produk mie Samyang
6. Banyak pertimbangan dalam memilih produk mie Samyang membuat saya sulit mengambil keputusan membeli
7. Jika ada ragam atau macam produk mie Samyang lain pada satu toko, kemungkinan besar akan mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk mie Samyang
8. Pembelian adalah proses transaksi jual beli setelah saya memperoleh keyakinan pada suatu produk
9. Ketidakcocokan akan kualitas produk adalah masalah yang sering timbul setelah saya membeli dan mengonsumsi produk mie Samyang
10. Saya membeli mie Samyang karena merk ugul dan baik di pasaran
11. Saya membeli mie Samyang karena produknya berkualitas
12. Alternative-alternatif merk instant lainnya kurang menjadi pertimbangan saya ketika memutuskan untuk membeli mie instan samyang



Ingat, Cerdas & Terpercaya

Menjawab surat ini agar disebutkan dan tanggapinya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-1

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 03 November 2017

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : DHEA CHINDAR SHARY
NPM : 1403110112
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 3,19

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

| No | Judul yang diusulkan | Persetujuan |
|----|---|----------------|
| 1 | Pengaruh Komunikasi non Verbal label Halal Prakte mie instan Korea "Samyang" terhadap minat beli masyarakat Medan | ✓ 3/11-2017 |
| 2 | Strategi Humas Bank Bukopin dalam rangka membina hubungan dengan Stakeholder | |
| 3 | Opini Masyarakat Terhadap Pelayanan BPJS di Rumah Sakit Royal Prima | |

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Pemohon,

Medan, tgl. 03 November 2017

Ketua,

(Nurhasanah Nasution S.Sos.M.Ikom)

(Dhea)
Dhea

PB: NUREAHMAM



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 107 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2017

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **03 November 2017** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **DHEA CHINDAR SHARY**
N P M : 1403110112
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2017 / 2018
Judul Skripsi : **PENGARUH KOMUNIKASI NON VERBAL LABEL HALAL PRODUK MIE INSTAN KOREA "SAMYANG" TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT KOTA MEDAN.**

Pembimbing : Nur Rahmah Amini., S.Ag., M.A.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2015 tanggal 13 Muharram 1437 H / 26 Oktober 2015 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal 03 November 2018

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 26 Safar 1439 H
15 November 2017 M

Dekan

Drs. Tasrif Syam., M.Si.

Tembusan :

1. Ketua P.s. Ilmu Komunikasi
2. Pembimbing ybs. Di Medan;
3. Peringgal.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Terpercaya

ini agar disebutkan

Nomor : **854** / KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2018
Aspirasi : -.-
: **Mohon Diberikan izin**
Penelitian Mahasiswa

Medan, 18 Muharram 1440 H
28 September 2018 M

kepada Yth,
Bapak Lurah Dwi Kora

empat

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Peringat salam semoga Bapak/ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Sarjana Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **DHEA CHINDAR SHARY**
NPM : 1403110112
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2018 / 2019
Judul Skripsi : **PENGARUH KOMUNIKASI NON VERBAL LABEL HALAL PRODUK MIE INSTAN KOREA "SAMYANG" TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT KOTA MEDAN.**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan



Dr. Arif Saleh, S.Sos., M.SP.



PEMERINTAH KOTA MEDAN BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jalan Kapten Maulana Lubis Nomor 2 Medan Kode Pos 20112

Telepon. (061) 4555693 Faks. (061) 4555693

E-mail : balitbangmedan@yahoo.co.id. Website : balitbang.pemkomedan.go.id

SURAT REKOMENDASI PENELITIAN

NOMOR : 070/1471/Balitbang/2018

Berdasarkan Surat Keputusan Walikota Medan Nomor : 57 Tahun 2001, Tanggal 13 November 2001 dan, Peraturan Walikota Medan Nomor : 55 Tahun 2010, tanggal 24 November 2010 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dan setelah membaca / memperhatikan surat Dari : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU Nomor: 854/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2018 Tanggal : 28 September 2018 Perihal: Izin Riset Pendahuluan.

Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dengan ini memberikan Surat Rekomendasi penelitian Kepada :

Nama : Dhea Chindar Shary.
NPM : 1403110112.
Prodi : Ilmu Komunikasi.
Lokasi : Kelurahan Dwi Kora Kecamatan Medan Helvetia Kota Medan.
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Non Verbal Label Halal Produk Mie Instan Korea "SAMYANG" Terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Medan.
Lamanya : 01 Oktober 2018 s.d 22 Oktober 2018.
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Penelitian terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Satuan Kerja Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Penelitian.
3. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah Direkomendasikan.
4. Hasil penelitian diserahkan kepada Kepala Balitbang Kota Medan selambat lambatnya 2 (dua) bulan setelah penelitian .
5. Surat rekomendasi penelitian dinyatakan batal apabila pemegang surat rekomendasi tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat rekomendasi penelitian ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan.
Pada Tanggal : 04 Oktober 2018

KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
KOTA MEDAN



Drs. H. MARASUTAN, M. Pd
PEMBINA UTAMA MUDA
N.M. E19591114 198403 1 002

Tembusan :

1. Walikota Medan (sebagai Laporan).
2. Camat Medan Helvetia Kota Medan.
3. Lurah Dwi Kora Kecamatan Medan Helvetia Kota Medan
4. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU.
5. Yang Bersangkutan.
6. Pertinggal.



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 30 Juli 2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : DHEA CHINDAR
N P M : 1403110112
Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. /SK/II.3/UMSU-03/F/20..... tanggal dengan judul sebagai berikut :

Pengaruh komunikasi non verbal label label Produk Lie Instan Korea "Samyang" Terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Medan.

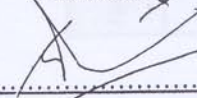
Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 5)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.


Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Menyetujui :

Pembimbing

()

Pemohon,

()

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 663/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2018

Program studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jum'at, 03 Agustus 2018
 Waktu : 08.00 WIB s/d. Selesai
 Tempat : LAB. FISIP UMSU
 Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

| No. | Nama Mahasiswa Penyaji | Nomor Pokok Mahasiswa | Dosen Penanggung | Dosen Pembimbing | Judul Proposal Skripsi |
|-----|-------------------------|-----------------------|---|---|--|
| 21 | PUTRI MARIZA | 1203110180 | 1 Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A. | 1 Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP. | EFEKTIVITAS PROMOSI MEDIA LUAR RUANG TERHADAP PENAMBAHAN NASABAH DI BANK BRI CABANG ISKANDAR MUDA |
| 22 | DEVI PUTRI KIRANA | 1403110179 | 1 M. SAID HRP, S.Sos., M.I.Kom. | 1 RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom. | STRATEGI HUMAS PT. POKPHAND DALAM MENANGANI KELUHAN MASYARAKAT MENGENAI POLUSI UDARA DI KELURAHAN MABAR KECAMATAN MEDAN DELI |
| 23 | SAID ADLIN | 1403110201 | 1 RAHMANITA GINTING, M.A, Ph.D | 1 DEWI KURNIAWATI, M.Si., Ph.D. | STRATEGI KOMUNIKASI UCOK DURIAN DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN DI MEDAN |
| 24 | MAYORA RIZKY PRIANDHANA | 1403110174 | 1 M. SAID HRP, S.Sos., M.I.Kom. | 1 NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom. | PEMANFAATAN PROGRAM HI ALERT DI RADIO KISS FM MEDAN DALAM MEMPROMOSIKAN MUSISI LOKAL MELALUI KANAL YOUTUBE |
| 25 | DHEA CHINDAR SHARY | 1403110112 | 1 IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.I.Kom. | 1 NUR RAHMAH AMINI., S.Ag., M.A. | PENGARUH KOMUNIKASI NON VERBAL LABEL HALAL PRODUK MIE INSTAN KOREA "SAMYANG" TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT KOTA MEDAN |

Medan, 18 Zulqa'idah 1439 H

31 Juli 2018 M

Dekan,



DR. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Terpercaya
 agar disebutkan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : DHEA CHINDAR, SHARY
 M : 1403110112
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Pengaruh komunikasi non verbal Label halal produk mie instan Korea "Samyang" terhadap minat beli masyarakat kota MEDAN

| Tanggal | Kegiatan Advis/Bimbingan | Paraf Pembimbing |
|------------|----------------------------|------------------|
| 24/11/2017 | Bimbingan judul | A |
| 27/03/2018 | Bimbingan bab 1,2,3 | A |
| 06/04/2018 | Revisi bab 1,2,3 | A |
| 24/06/2018 | Bimbingan daftar wawancara | A |
| 26/08/2018 | Revisi daftar wawancara | A |
| 29/08/2018 | Revisi daftar pustaka | A |
| 26/09/2018 | Bimbingan Bab 4, 5 | A |
| 01/10/2018 | ACC skripsi | A |

Medan, 13 Oktober 2018

Dekan,

 N. SALEH, S.Sos, M.S.P

Ketua Program Studi,

 NUR HASANAH KUSUTION, S.Sos, M.Kom

Pembimbing ke :

(NUR Rahma Amini, S. Ag, M. Ag)