

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Makanan merupakan kebutuhan terpenting dalam kehidupan, karena makanan merupakan sumber energi utama bagi tubuh untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Dalam sistem ekonomi Islam, tujuan utama konsumsi seorang Muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah SWT. Konsumsi dinilai sebagai sarana wajib bagi seorang Muslim karena selain untuk memenuhi kebutuhan pokok untuk bertahan hidup juga ada keterkaitannya dengan penunaian kewajiban yang lain.¹

Saat ini perkembangan bidang industri yang memproduksi makanan dan minuman pada zaman globalisasi mengalami perubahan dan kemajuan yang pesat, ditandai dengan adanya perkembangan media teknologi. Semakin canggihnya teknologi menjadikan sebuah bisnis memiliki persaingan yang ketat, hal ini membuat para konsumen dapat lebih mudah untuk memutuskan pembelian suatu produk. Berbagai macam produk-produk yang beredar saat ini, salah satu yang paling banyak muncul adalah produk makanan khususnya makanan kemasan. Makanan kemasan adalah makanan yang disajikan dalam kemasan tertutup yang bertujuan untuk menjaga kebersihan, menjaga mutu dan memperpanjang masa simpan.

Produk makanan kemasan adalah salah satu barang konsumsi paling populer di Indonesia. Banyak makanan dan minuman kemasan yang beredar di pasaran dengan komposisi bahan yang berbeda-beda yang tidak jarang

¹ Veithzal Rival Zainal and others, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018).

mengandung bahan yang berbahaya atau tidak layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat muslim. Kehalalan suatu produk makanan merupakan hal yang sangat penting mengingat mayoritas penduduk Indonesia khususnya Mahasiswa Universitas Siliwangi beragama Islam, sehingga halal atau tidaknya suatu produk makanan menjadi keharusan untuk selalu diperhatikan.

Universitas Siliwangi terletak di Kota Tasikmalaya, Mahasiswa Universitas Siliwangi ini menarik untuk diteliti mengenai keputusan pembelian karena mereka merupakan kelompok yang aktif dalam mengkonsumsi berbagai produk dan jasa. Selain itu, mereka juga merupakan generasi yang memiliki kecenderungan untuk mencari informasi secara online sebelum melakukan pembelian, sehingga memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka dapat memberikan wawasan berharga mengenai dunia bisnis dan pemasaran. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa Muslim di Universitas Siliwangi untuk selalu memperhatikan kehalalan dari makanan saat membeli dan mengkonsumsi makanan kemasan.

Segala aktivitas umat Islam dalam menjalankan kehidupan di dunia telah memiliki standarisasi yang tertera dalam hukum syari'ah dan menjadikan hukum tersebut sebagai pedoman dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Perilaku seorang konsumen dalam Islam harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT.² Keinginan umat Muslim untuk mengkonsumsi makanan yang halal akan meningkatkan ketelitian dalam pemilihan produk, sehingga akan ada produk yang dapat dikonsumsi dan produk yang tidak bisa dikonsumsi oleh umat Muslim.

² Kurniati, 'Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam', *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6.1 (2016), 45–52.

Dalam ajaran Islam seorang Muslim diharuskan mengkonsumsi yang halal, *thayyib* (baik) dan dilarang untuk mengonsumsi sesuatu yang haram perintah tersebut terdapat dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 168.

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

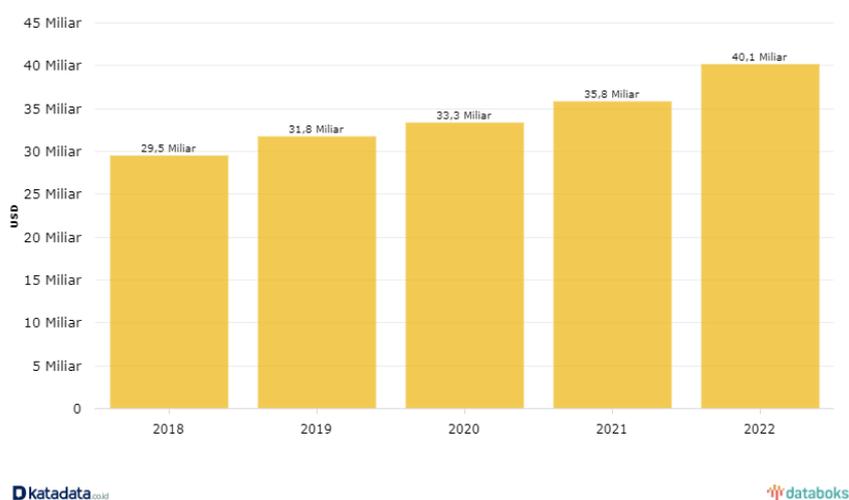
*Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan itu adalah musuh nyata bagimu” (QS. Al-Baqarah [2]:168).*³

Berdasarkan ayat diatas memerintahkan seluruh umat manusia agar mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal. Apalagi bagi orang-orang yang beriman, tentu lebih utama dan wajib untuk mengamalkan qurani serta mematuhi tuntunan Allah SWT. Selain itu terdapat seruan untuk tidak mengikuti langkah-langkah setan, utamanya dalam menghalalkan sesuatu yang haram ataupun sebaliknya, karena setan akan selalu menyesatkan manusia. Ketentuan syariat inilah yang menjadi tolak ukur utama konsumen dalam proses pemilihan produk-produk makanan. Ketidakinginan masyarakat untuk mengonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan keterlibatan yang lebih tinggi dalam proses pemilihan produk (*high involvement*). Cara yang mudah untuk meyakinkan konsumen bahwa makanan itu halal dan *thayyib* dapat dilihat dari sertifikat halal dan label halal.

³ Tafsir Surat Al baqarah 186, diakses melalui situs <https://tafsirweb.com/650-surat-al-baqarah-ayat-168.html> pada 18 September 2023 pukul 12.31.

Ketentuan UU Nomor 33 Tahun 2014 perihal Jaminan Produk Halal (UU JPH), pada pasal 4 berbunyi “Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal”. Hal ini menyangkut setiap produk (makanan, minuman, obat-obatan, dan kosmetika) yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

Berikut adalah nilai penjualan makanan kemasan di Indonesia pada tahun 2018-2022.



Sumber: [databoks.katadata](https://databoks.katadata.com)

Gambar 1. 1 Nilai Penjualan Retail Makanan Kemasan di Indonesia (2018-2022)

Berdasarkan gambar 1.1 nilai penjualan *retail* makanan dan minuman kemasan di Indonesia pada 2022 diperkirakan mencapai USD 40,11 miliar atau sekitar Rp601,65 triliun (asumsi kurs Rp15.000 per USD). Angka tersebut berasal dari data *Euromonitor International* yang tercatat dalam laporan *United States Department of Agriculture (USDA)* bertajuk *Indonesia: Food Processing Ingredients* edisi April 2023. Menurut laporan tersebut, penjualan makanan dan minuman kemasan di Indonesia meningkat setiap tahun sejak 2018, seperti terlihat

pada grafik diatas. Adapun pada 2022 tingkat pertumbuhannya mencapai 11,9% (*year-on-year/yoy*). Ekspansi *minimarket* yang pesat, yang sebagian besarnya menjual produk lokal, telah membantu memperluas distribusi makanan kemasan ke seluruh Indonesia, kata USDA dalam laporannya. USDA juga memperkirakan penjualan makanan dan minuman kemasan di Indonesia akan terus meningkat seiring dengan perubahan kebiasaan masyarakat.⁴

Perilaku konsumtif terhadap makanan kemasan melibatkan berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga lanjut usia, namun cenderung lebih signifikan pada kalangan mahasiswa. Konsumsi makanan kemasan cenderung lebih signifikan pada kalangan mahasiswa karena gaya hidup yang sibuk, keterbatasan waktu, dan keterjangkauan makanan kemasan yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Mahasiswa lebih mengutamakan kepraktisan dari makanan kemasan karena bersifat instan, menarik, terjangkau harganya dan menjadi pilihan yang banyak disukai mahasiswa atau masyarakat. Selain itu, banyak kehidupan mahasiswa yang lebih mementingkan rasa, minat terhadap suatu produk, dan variabel lain dalam memilih makanan, yang lebih mempengaruhi pilihan pembelian mahasiswa daripada halal atau tidaknya makanan tersebut.

Sebagian mahasiswa tidak begitu selektif ketika memilih makanan, nafsu mengikuti selera dan penyakit ketidaktahuan adalah faktor yang menyebabkan kesalahan. Karena pada zaman sekarang perkembangan teknologi pangan tidak selalu dapat menghasilkan makanan yang halal dan baik. Walaupun mahasiswa Universitas Siliwangi mayoritas beragama Islam, tetapi belum tentu perilakunya

⁴ Adi Ahdiyati, Nilai Penjualan Retail Makanan dan Minuman Kemasan di Indonesia (2018- 2022). Diakses Melalui situs <https://databoks.katadata.co.id/> pada 30 Agustus 2023 pukul 18.33.

mengarah kepada kesadaran untuk mengonsumsi makanan halal, dengan kata lain individu yang beragama Islam belum tentu bertindak sesuai syariat yang sudah dijelaskan dalam Al-Quran dan Hadist. Fenomena ini dapat dilihat ketika mahasiswa membeli makanan kemasan tanpa memperhatikan kehalalan pada produk. Hal ini biasa terjadi karena mahasiswa tidak melihat label halal pada kemasan yang dijual di toko-toko.

Berdasarkan hasil Survei awal yang peneliti lakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan kemasan pada Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi, didapat sebanyak 47 responden dari berbagai Fakultas. Dapat diketahui 10 orang memperhatikan label halal pada makanan kemasan, 20 orang memperhatikan harga ketika membeli makanan kemasan, 17 orang yang memperhatikan desain kemasan.⁵ Oleh karena itu, masih ada mahasiswa yang jarang memperhatikan adanya label halal saat melakukan pembelian pada makanan kemasan. Meskipun sebagian besar mahasiswa Universitas Siliwangi beragama Islam, seharusnya dapat memiliki kesadaran untuk mengonsumsi makanan halal dan selalu memperhatikan label halal pada setiap makanan yang akan dikonsumsi.

Berkaitan dengan pentingnya aspek kehalalan dalam pengambilan keputusan konsumen dalam membeli makanan kemasan, konsumen muslim umumnya memprioritaskan produk yang memiliki label halal dan mematuhi prinsi-prinsip halal dalam pemilihan makanan. Kehalalan terhadap makanan menjadi prioritas, karena seorang Muslim dalam mengonsumsi makanan tidak

⁵ Hasil wawancara dengan Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi pada 19-22 September 2023

hanya mengedepankan cita rasa dan kandungan gizi, namun juga harus mempertimbangkan kehalalan dari mengonsumsi makanan tersebut, karena apabila makanan tersebut halal maka makanan tersebut baik untuk dikonsumsi.

Menurut Boone dan Kurtz dalam bulan menjelaskan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh dua faktor yang berasal dari pengaruh dalam diri (internal) dan pengaruh dari lingkungan (eksternal). Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri konsumen, seperti Budaya, keluarga, dan sosial. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri konsumen itu sendiri, seperti kebutuhan, persepsi, sikap, dan teori konsep diri.⁶ Dalam konteks penelitian ini, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan kemasan adalah faktor eksternal dan faktor internal.

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada makanan kemasan, diantaranya kesadaran halal. Kesadaran halal adalah suatu pemahaman umat Muslim terhadap konsep halal, proses halal, dan prinsip halal yang pada akhirnya memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi. Semakin paham terhadap konsep halal, proses serta prinsip halal maka umat Muslim cenderung akan lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsinya.⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Esa dkk dengan judul “Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick di Kota Semarang”, Hasil analisis menunjukkan bahwa harga dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

⁶ Tengku Bulan and Khairul Fazrin, ‘Indikator Label Halal’, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6.2 (2017), 729–39.

⁷ Eka Dyah Setyaningsih and Sofyan Marwansyah, ‘The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products’, *Syi’ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3.1 (2019), 65.

Sedangkan untuk variabel kesadaran halal dan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁸

Faktor selanjutnya yaitu label halal. Label halal yang ada pada kemasan produk yang beredar di Indonesia merupakan sebuah logo yang tersusun dari huruf Arab yang membentuk kata halal, dengan adanya label halal konsumen dapat memastikan produk yang boleh dikonsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada sebuah kemasan. Produk-produk yang tidak mencantumkan label halal pada kemasannya dianggap belum mendapat persetujuan dari lembaga yang berwenang.⁹ Pemberian label halal pada produk sedikit mengurangi keraguan konsumen akan kehalalan produk yang dibeli.

Khusus di Indonesia, konsumen Muslim dilindungi oleh lembaga atau badan yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen Muslim di Indonesia. Lembaga ini adalah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) bersama Majelis Ulama Indonesia (MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal, sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat diberi label halal pada produknya. Produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam.¹⁰ Namun, meskipun ada UU No. 33 Tahun

⁸ Iqbal Esa, Fuad Masud, and Edy Yusuf Agung Gunanto, 'Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick Di Kota Semarang', Ad-Deenar: *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.02 (2021), 283.

⁹ Yuli Mutiah Rambe and Syaad Afifuddin, 'Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol. 1, No.427 (2012), 37-45.

¹⁰ Retno Sulistyowati" Labelisasi Halal" artikel ini diakses melalui situs <https://www.esmagazine.com> pada tanggal 22 September 2023 pukul 18.21

2014 tentang Jaminan Produk Halal. Konsumen harus mencari informasi kehalalan produk sebelum membeli produk makanan kemasan karena masih ada produk yang tidak memiliki identitas halal di pasaran akibat pengawasan pemerintah terhadap peredaran produk makanan kemasan yang lemah. Menurut penelitian Raja Sakti dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Membeli Produk Makanan dan Minuman” dengan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa ada hubungan atau korelasi antara variabel X (Label Halal) dengan variabel Y (Keputusan Membeli Produk Makanan dan Minuman).¹¹

Faktor berikutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Harga merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk yang akan ditukarkan karena manfaat yang dikonsumsi. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting mengingat tingkat harga diterapkan oleh perusahaan menjadi tolak ukur permintaan suatu produk. Penempatan harga yang salah dapat mengakibatkan penjualan suatu produk tidak dapat maksimal mengakibatkan jumlah penjualan menurun oleh sebab itu penetapan harga harus ditentukan dengan pangsa pasar yang dituju agar semakin meningkat.¹²

¹¹ Raja Sakti Putra Harahap, ‘Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Membeli Produk Makanan Dan Minuman (Studi Kasus Lingkungan VI Kelurahan Nangka Binjai Utara)’, *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 5.2 (2020), 354.

¹² Muflikha Nur Rismatul Alfiah, ‘Pengaruh Label Halal, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Samyang’, *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5 (2022), 54–68.

Berdasarkan beberapa kasus, konsumen dihadapkan pada pilihan antara produk yang memiliki label halal dengan harga yang lebih tinggi dan produk tidak memiliki label halal dengan harga yang lebih murah. Oleh karena itu, perlu pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana faktor-faktor ini saling berhubungan dan bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian dalam situasi seperti ini. Menurut Penelitian Rizki dkk pada penelitiannya diketahui secara parsial, kualitas (X1) dan harga (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dan kemasan (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).¹³

Selain kesadaran halal, label halal, dan harga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah desain kemasan. Menurut Persaingan yang kompetitif menuntut perusahaan makanan dan minuman untuk lebih kreatif mendesain produknya agar lebih menarik dari para pesaing. Persaingan di dunia bisnis bukan hanya sekedar persaingan merek tetapi juga persaingan desain kemasan. Salah satu daya tarik yang dapat ditonjolkan dari sebuah produk adalah kemasannya. Kekuatan desain kemasan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian karena desain kemasan yang unik memiliki daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Banyaknya produk yang ada saat ini akan mempengaruhi minat seseorang terhadap pembelian dan akan berdampak kepada keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Heny Herawati dan Muslikah dengan hasil variabel

¹³ Fitri Rahmayani Ginting, 'Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Scincare Scarlett', 2022, 107-14.

desain kemasan secara parsial berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁴

Keputusan pembelian makanan kemasan merupakan bagian penting dari pengambilan keputusan pembelian dalam aspek pemasaran. Konsumen mempertimbangkan berbagai faktor untuk memilih, membeli, dan menggunakan makanan kemasan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Setiap konsumen memiliki perilaku pembelian yang berbeda-beda, dan proses pembelian makanan kemasan melibatkan tahap-tahap yang harus dipertimbangkan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa konsumen dihadapkan dengan pilihan dan harus mempertimbangkan makanan kemasan yang akan mereka konsumsi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Selain itu konsumen harus memastikan bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi dan sesuai dengan kesehatan mereka.

Berdasarkan uraian studi pendahuluan dan penelitian terdahulu yang dilakukan peneliti mengenai keputusan pembelian, telah banyak yang meneliti mengenai pengaruh variabel-variabel terhadap keputusan pembelian. Namun belum ada yang meneliti terkait kombinasi variabel kesadaran halal, label halal, harga, dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian sehingga peneliti tertarik untuk mengambil judul **"Pengaruh Kesadaran Halal, Label Halal, Harga dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian pada Makanan Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Siliwangi)"**. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui bagaimana pengaruh kesadaran halal, label

¹⁴ Heny Herawati and Muslikah Muslikah, 'Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung', *Kinerja*, 2.01 (2020), 17–35.

halal, harga, dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian makanan kemasan pada mahasiswa Universitas Siliwangi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah kesadaran halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan kemasan pada Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi?
2. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan kemasan pada Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan kemasan pada Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi?
4. Apakah desain kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan kemasan pada Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi?
5. Apakah kesadaran halal, label halal, harga, dan desain kemasan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian makanan kemasan pada Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian makanan kemasan pada Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi.
2. Mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian makanan kemasan pada Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi.

3. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan kemasan pada Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi.
4. Mengetahui pengaruh desain kemasan terhadap keputusan pembelian makanan kemasan pada Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi.
5. Untuk mengetahui kesadaran halal, label halal, harga dan desain kemasan secara simultan terhadap keputusan pembelian makanan kemasan pada Mahasiswa Muslim Universitas Siliwangi.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai kesadaran halal, label halal, harga, dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian pada makanan kemasan.

2. Kegunaan Praktisi

- a. Bagi Peneliti, dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang penulis peroleh selama perkuliahan.

- b. Bagi peneliti selanjutnya, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan kepada peneliti selanjutnya. Selain itu memberikan motivasi kepada peneliti selanjutnya untuk memberikan penelitian yang lebih komprehensif tentang kesadaran halal, label halal, harga dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan.

c. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada makanan kemasan.

3. Kegunaan Akademis

Bagi Universitas Siliwangi, diharapkan dapat menambah *khazanah* dan referensi bagi perpustakaan mengenai kesadaran halal, label halal, harga, dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian produk makanan kemasan,

4. Kegunaan Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi para pelaku bisnis dalam penerapan hukum Islam dan mengembangkan label halal, dan harga khususnya menyangkut produk makanan kemasan. Selain itu dapat menambah keyakinan bagi para konsumen dalam mengonsumsi sesuatu.