

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia pengaruh budaya Korean Pop (K-Pop) telah membuat pengaruh yang besar terhadap konsumen Indonesia, melalui produk-produk budaya populer seperti *film*, drama, musik dan pernak-pernik budaya Korea memikat konsumen Indonesia. Masyarakat yang tertarik dengan Korean Pop secara tidak langsung akan meniru kegiatan atau tindakan yang dilakukan oleh idolanya, inilah yang menyebabkan adanya dorongan untuk membeli atau menggunakan produk dari Korea (Pertwi 2013, 157-166)

Hal tersebut tentu sangat memicu konsumen untuk berperilaku mengambil sebuah keputusan mengkonsumsi suatu produk, salah satunya produk Korea. Dalam perilaku konsumen ada banyak faktor yang memengaruhi seperti, faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari pembeli. Hanya saja yang paling memicu perilaku konsumen dalam mengambil suatu keputusan adalah melalui segi kepribadiannya. Karakteristik pribadi seseorang akan menimbulkan sesuatu yang dapat membantu pembentukan perilaku konsumen yang mana akan mempengaruhi suatu perilaku konsumen tersebut (N. J. Setiadi 2010, 64)

Perilaku konsumen dapat di definisikan sebagai suatu tindakan atau perilaku yang dilakukan konsumen yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengkonsumsi produk tersebut, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pascapembelian, yaitu perasaan puas atau tidak puas (Sangadji dan Sopiah, perilaku konsumen 2013, 8-9)

Perilaku konsumen tentu sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian suatu produk. Seperti dikutip oleh Sangadji dan Sopiah, Kotler mendefinisikan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Sangadji dan Sopiah, perilaku konsumen 2013, 8).

Dewasa ini, salah satu produk Korea yang tentu sangat mempengaruhi perilaku konsumen adalah dalam bentuk makanan yaitu mie instan asal Korea dengan *brand* mie *Samyang*. Mie *Samyang* adalah produk mie instan dari *Samyang Food inc* yang berasal dari Korea Selatan. Mie *Samyang* memiliki karakter rasa pedas. Kata *Samyang* berasal dari nama perusahaan yang memproduksi mie tersebut, *Samyang Foods Inc*. Namun karena tulisan latin yang tertera dibungkus mie ini hanya "*Samyang*" dan sisanya huruf Korea, konsumen mie di tanah air lebih mengenalnya dengan sebutan mie *Samyang* (Nugraha, Mawardi dan Bafadhal 2017).

Produk mie *Samyang* sudah banyak beredar di Indonesia. Terbukti dengan terlihat produk tersebut banyak supermarket-supermarket menjualnya, khususnya di kota Padang. Namun, yang menjadi permasalahannya produk tersebut terdapat ada yang memiliki label halal dan ada yang tidak memiliki label halal. Hal ini tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen mengenai keputusan pembelian. Produk mie *Samyang* yang berasal dari Korea ini pada dasarnya tidak sepenuhnya memiliki label halal, melainkan di Indonesia sendiripun diberi label halal pada tahun 2017 resmi berdasarkan fatwa MUI No 00090084950917.



Gambar 1. Samyang yang memiliki label Halal dan tidak memiliki label halal

Padahal sudah jelas konsep kehalalan di kehidupan masyarakat Indonesia sudah diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat. Halal diperuntukkan bagi sesuatu yang baik dan bersih untuk dimakan atau untuk dikonsumsi oleh manusia menurut syariat Islam. Lawan halal adalah haram yaitu tidak dibenarkan atau dilarang menurut ajaran Islam.

Sesuatu yang halal itu selalu mengandung *fadhilah* (keutamaan) dan segala sesuatu yang haram itu mengandung *kemudharatan* (tercela/buruk). Oleh sebab itulah maka segala yang

haram itu dilarang dan segala yang halal itu dianjurkan (Supeno 2014). Dalam Islam mengajarkan agar mengkonsumsi makanan yang halal dan juga baik, seperti yang dijelaskan dan tercantum dalam al-Qur'an surah al-Maidah ayat 88:

﴿مُؤْمِنُونَ بِهِ ۗ أَنْتُمْ الَّذِينَ اللَّهُ وَاتَّقُوا طَيِّبًا حَلَالًا ۗ اللَّهُ رَزَقَكُمْ مِمَّا وَكُلُوا﴾

88. dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya. (Q.S. al-Maidah: 88)

Pada produk yang menggunakan label merupakan suatu kepastian hukum yang harus di ketahui oleh masyarakat terutama masyarakat yang beragama Islam. Dengan adanya label halal merupakan salah satu bentuk perlindungan konsumen yang diberikan oleh pengusaha, karena berdasarkan pasal 8 ayat (1) huruf h Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur bahwa "pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label" (UU No.8 Tahun 1999, Pasal 8).

Selain itu, pemerintah pun berkewajiban untuk melindungi warga negaranya dalam mengkonsumsi produk tidak halal. Hal ini merupakan implementasi dari amanat sejumlah peraturan perundang-undangan antara lain dalam pasal 30 UU No.7 tahun 1996 tentang Pangan yang mengatur label dan iklan pangan bahwa dinyatakan (1) setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan; (2) Label, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), adalah tentang keterangan halal (Karim 2013).

Pada tahun 2014 munculnya Undang-Undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal mengharuskan semua produsen untuk mendaftarkan produk makanan mereka untuk diuji status halalnya oleh MUI. Produsen yang telah mencantumkan tulisan “halal” pada label makanan produknya harus bertanggung jawab terhadap kehalalan produk makanan tersebut bagi pemeluk agama Islam.

Di Indonesia, terdapat suatu lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengawasi produk-produk yang dikonsumsi oleh umat Islam di Indonesia. Lembaga tersebut adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan – Majelis Ulama Indonesia (LPPOM – MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di pasar dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk tersebut dapat memberikan label halal pada produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen muslim Indonesia (Karim 2013). Lembaga inilah yang sebenarnya memberi sertifikat halal kepada perusahaan yang akan mencantumkan label halal.

Faktanya pada masa sekarang label tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Produk mie *Samyang* ini pun di konsumsi oleh mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang. Peredaran mie *Samyang* menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang. Salah satunya Sarah, mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang fakultas Syariah yang gemar mengkonsumsi mie instan asal Korea Selatan ini. Sarah mengatakan bahwa mengenal produk mie *Samyang* mulanya hanya melihat *challenge* (tantangan) di media sosial. Namun, karena rasa penasaran yang mendorong Sarah membeli produk tersebut, hingga sekarang Sarah menjadi hobi mengkonsumsi produk tersebut tanpa melihat label dan memberanggapinya bahwa produk tersebut tidak mengandung hal-hal

yang bersifat haram (Wawancara dengan Sarah, Senin 8 Oktober 2018)

Menurut Fatma Sari yang juga mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang fakultas Dakwah berkata bahwa ia juga gemar mengkonsumsi mie instan asal korea yaitu mie *Samyang*. Karena rasa mie *Samyang* yang pedas. Fatma Sari juga menyadari ketika awal pembelian memang tidak terlihat label halal pada kemasan mie *Samyang*. Akan tetapi karena banyak di media sosial yang tentu menjadi peminat konsumsi anak muda maka ia tidak ragu untuk mengkonsumsinya. Dan pada awalnya ia mengenal produk mie *Samyang* di *drama* korea yang ditontonnya. Lalu ia melihat produk mie *Samyang* di pasarkan secara bebas di Indonesia, salah satunya kota Padang. Sehingga muncul keinginan untuk mengkonsumsi produk mie *Samyang*.

Berangkat dari masalah diatas maka penulis termotivasi untuk mengkaji dan menelitinya secara mendalam dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul "***Label Halal dan Perilaku Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dalam Mengkonsumsi Mie Samyang***".

1.2 Rumusan Batasan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah penulis paparkan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan dari permasalahan ini adalah bagaimana label halal dan perilaku Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dalam mengkonsumsi mie *Samyang*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

- 1.3.1 Apakah label halal salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang memilih produk *Samyang*?
- 1.3.2 Bagaimana tipe perilaku mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dalam memilih produk?

- 1.3.3 Bagaimana proses pengambilan keputusan mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang memilih produk *Samyang*?

1.4 SignifikasidanManfaatPenelitian

1.4.1 Signifikasipenelitian

Penelitian ini penting untuk diteliti karena dalam ruang lingkup muamalah tidak hanya terfokus kepada aturan hukum saja tetapi juga membahas tentang objek hukum dan kesadaran terhadap suatu hukum yang telah ditetapkan, dalam penelitian ini akan mengkaji lebih dalam tentang praktek perilaku konsumen dan kesadaran hukum terhadap suatu produk yang beredar ditengah tengah masyarakat.

1.4.2 ManfaatPenelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1.4.2.1 Secarateoritis dari penelitian ini adalah sebagai bahan untuk menambah wawasan baru dan ilmu pengetahuan yang dapat dijadikan sumbangan pemikiran bagi jurusan Hukum Ekonomi Syariah yang berkaitan langsung dengan aspek kehidupan masyarakat dan juga sebagai informasi untuk lebih mengenal produk *Samyang* halal maupun haram, dan perilaku konsumen terhadap konsumsi suatu produk.

1.4.2.2 Secarapraktis,

dapatmemberikanpemahamanpengetahuanbagiparapraktisi, maupunpembaca serta menjadi referensi tambahan bagi yang berminat dalam permasalahan berhubungan dengan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi produk yang memiliki label halal maupun tidak.

1.5 Studi Literatur/ Telaah Pustaka

Studi tentang labelisasi ini sudah banyak dilakukan diantaranya:

- 1.5.1 Terdapat pada skripsi karya Tri Widodo (B100110148) dengan judul "LABELISASI HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK INDOMIE". Skripsi ini menjelaskan tentang adanya pertumbuhan ekonomi yang baik, jumlah penduduk yang banyak, dan mayoritas penduduk adalah muslim, Indonesia adalah pasar yang mengiurkan dari untuk pemasaran suatu produk. Sehingga dibanjiri oleh produk dalam maupun luar negeri. Hal tersebut menunjukkan bahwa labelisasi halal dan harga mempunyai hubungan dan secara serentak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk indomie. Penulis menyimpulkan bahwa labelisasi halal dan harga adalah faktor yang paling penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk indomie (Tri Widodo,2015).
- 1.5.2 Terdapat pada skripsi karya Muhammad Fikri (310.246) dengan judul "JUAL BELI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN USAHA RUMAHAN TANPA LABEL HALAL DITINJAU DARI HUKUM ISLAM (Studi Usaha Rumahan di Kelurahan Gunung Sarik Kecamatan Kuranji Kota Padang)". Skripsi ini menjelaskan bahwa label halal sangat diperlukan sekaligus sebagai kepastian tentang halalnya suatu produk atau tidak. Yang mana didapatkan kesimpulan dari penelitian ini adalah makanan dan minuman produk rumahan di kelurahan Gunung Sarik yang tidak memiliki label halal, disebabkan oleh adanya asumsi bahwa proses yang mereka lakukan selama ini adalah sesuai syariat jadi tidak perlu lagi menempelkan label halal. Dalam sudut tinjauan hukum Islam terhadap jual beli makanan dan minuman produk rumahan sangat diperlukan sekali demi memberikan kepastian hukum pada konsumen. Jika kasus di Kelurahan gunung Sarik Kecamatan Kuranji makanan dan minuman skala rumah yang belum

memberikan label halal, produsen tersebut telah tidak memberikan kepastian hukum pada konsumennya (Muhammad Fikri,2017).

- 1.5.3 Terdapat pada skripsi karya Sudarni (2014), dengan judul “LABELISASI HALAL TERHADAP PERILAKU KONSUMEN MEMILIH PRODUK MAKANAN (Studi pada Masyarakat di RT/RW: 002/008 Kelurahan Sungguminasa Kabupaten Gowa)”. Skripsi ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh labelisasi halal terhadap perilaku konsumen memilih produk makanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap perilaku konsumen. Hasil dari penelitian ini labelisasi halal sangat berpengaruh cukup besar untuk diperhatikan terhadap perilaku konsumen memilih produk makanan. Masyarakat kelurahan Sungguminasa Kabupaten Gowa, masih memperhatikan labelisasi halal dan harga sebelum mengkonsumsi dan memilih produk makanan. (Sudarni,2014).

Berbeda dengan karya ilmiah diatas, penelitian yang akan penulis lakukan adalah mengenai perilaku konsumen terhadap labelisasi produk *Samyang*. Yang mana terdapat perbedaan dan objek penelitian yang terdahulu. Di dalam penelitian ini penulis juga mencari faktor-faktor yang melatarbelakangi mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang sebagai konsumen dalam mengkonsumsi produk *Samyang*. Dan bagaimana tipe perilaku mahasiswa tersebut dalam memilih produk mie *Samyang*. Juga proses pengambilan keputusan pembeliannya terhadap produk mie *Samyang*. Jadi dapat disimpulkan bahwasannya penelitian yang akan dibahas berbeda dengan penelitian yang sudah dibahas oleh orang lain.

1.6 Kerangka Teori

Menurut Tjiptono label merupakan bagian dari satu produk yang mempunyai informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label biasa merupakan bagian dari kemasan atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dipampangkan pada produk (Tjiptono 2013). Label merupakan suatu media untuk menyampaikan informasi mengenai suatu produk kepada konsumen. Biasanya label berupakan bagian dari kemasan, bisa juga sebuah tanda pengenal yang menempel pada produk.

Adapun menurut Stanton (2008) membagi label kedalam 3 klasifikasi yaitu :

1. *Brand Label*, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
2. *Grade Label*, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk, dengan suatu huruf, angka, atau kata.
3. *Descriptive Label*, yaitu label yang memberikan informasi objektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perhatian/perawatan, dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk. (W. Stanton 2008, 12)

Mengacu pada klasifikasi label tersebut maka label halal termasuk dalam klasifikasi descriptive label yang menginformasikan tentang :

- a. Proses pembuatan produk sesuai dengan standar halal.
- b. Bahan baku produk yang sesuai dengan standar halal.
- c. Efek yang di timbulkan sesuai dengan standar halal.

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Pasal 10, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa

pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label.

Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep anggapan dan perilaku. Mowen dan minor dalam buku perilaku konsumen mengatakan, bahwa istilah pembentukan sikap konsumen sering kali menggambarkan hubungan anggapan, sikap, dan perilaku. Anggapan, sikap, dan perilaku juga terkait dengan konsep atribut produk. Atribut produk adalah karakteristik dari suatu produk. Konsumen biasanya memiliki anggapan terhadap atribut suatu produk (Sumarwan, Perilaku Konsumen 2015)

Melihat dalam pemahaman mengenai hal tersebut maka penulis mengambil teori tentang perilaku konsumen. Yang mana keputusan pembelian mengenai labelisasi produk mie *Samyang* sangatlah berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Seperti dikutip dari pendapat Engel et al, perilaku konsumen adalah tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, pengonsumsi, dan penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan tersebut (Sangadji dan Sopiah, perilaku konsumen 2013).

Tentu perilaku sangat berpengaruh terhadap sosiologi hukum. Mempelajari hukum secara sosiologis adalah menyelidiki tingkah laku orang dalam bidang hukum. Oleh Weber tingkah laku mempunyai dua segi, yaitu "luar" dan "dalam". Dengan demikian, sosiologi hukum tidak hanya menerima tingkah laku yang tampak dari luar saja, melainkan ingin juga memperoleh penjelasan yang bersifat internal, yaitu yang meliputi motif-motif tingkah laku seseorang. (Soeroso 2013, 311-312)

Uraian dalam sub-sub bab ini merupakan kerangka berpikir untuk mendasari teori dalam penelitian yang akan disusun tentang label halal dan perilaku Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dalam mengkonsumsi mie *Samyang*.

1.7 Metode Penelitian

Untuk memperoleh data dalam penelitian diperlukan upaya, yaitu melalui metode penelitian atau cara meneliti, sehingga diharapkan penelitian ini dapat berjalan dengan terarah. Adapun metode yang digunakan penulis, yaitu sebagai berikut :

1.7.1 Jenis Penelitian

Skripsi ini diselesaikan dengan menggunakan penelitian lapangan, yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan mengamati secara langsung untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Sugiarto 2015). Dengan kata lain, penelitian ini dilakukan menggunakan wawancara dan observasi secara langsung kepada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang sebagai responden.

1.7.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di jalan Prof. Muhmud Yunus Lubuk Lintah kota Padang. Tepatnya di kawasan lingkungan kampus Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

1.7.3 Sumber Data

Sumber data adalah salah satu komponen Research (Penelitian) yang mendasar dan penting karena tanpa adanya data

tidak ada penelitian, sumber data yang dipakainya dalam penelitian ini adalah:

1.7.3.1 Data primer

Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek yang diteliti tentang permasalahan yang akan dibahas. Dalam hal ini berasal dari responden melalui wawancara dan observasi terhadap objek yang penulis teliti, yaitu semua informasi dan data yang penulis dapatkan di kota Padang Sumatera Barat tepatnya di UIN Imam Bonjol Padang. Yang mana responden berjumlah 50 orang mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang. Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan *snowball sampling* yaitu menentukan satu atau beberapa responden (Adi 2004, 112). Yang mana melalui satu responden dan kemudian ditelusuri oleh responden lainnya. Responden yang ditelusuri adalah mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.

1.7.3.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari buku, internet, jurnal, dan referensi lain yang relevan dengan objek pembahasan.

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1.7.4.1 Observasi

Observasi adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki (Achmadi

2010) Observasi ini dilakukan langsung di kawasan lingkungan kampus UIN Imam Bonjol Padang.

Penulis melakukan pengamatan dan pencatatan dengan sistematis masalah-masalah yang diselidiki mengenai perilaku konsumen dalam mengkonsumsi produk yang diragukan kehalalannya yaitu produk mie *Samyang*.

1.7.4.2 Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi yang melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data dengan responden (Adi 2004, 72) dimana arah pembicaraan mengacu kepada tujuan yang telah ditetapkan yaitu mengenai masalah penelitian dan ahli memberikan informasi terkait hal itu (Herdiansyah 2013).

Penulis melakukan wawancara secara langsung yang mana sebagai responden adalah mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang. Responden yang di wawancarai adalah seorang konsumen yang pernah mengkonsumsi produk mie *Samyang*.

1.7.5 Teknik Analisa Data

Setelah data terkumpul penulis menganalisa dengan menggunakan teknik analisis data *kualitatif*, yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil buku, artikel, wawancara, catatan lapangan (observasi), dan dari sumber lain, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Saebani 2008, 58).

Menurut Miles dan Huberman dikutip dalam Muhammad Idrus (2009), mengatakan bahwa analisis kualitatif

terdiri dari tiga hal yang terjadi secara bersamaan disebut sebagai model interaktif. Model interaktif ini yaitu, reduksi data (proses pemilihan), penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis (Idrus 2009, 147).

Data yang diperoleh diidentifikasi sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Dengan menggunakan 50 sample responden untuk menentukan hasil penelitian. Data awal yang dikumpulkan dengan observasi dan wawancara. Setelah mendapatkan hasil observasi dan wawancara dari 50 responden, penulis memperoleh data kasar yang disebut dengan reduksi data. Penulis memilih dan mengelompokkan hasil wawancara yang penulis teliti. Data yang sama lalu di kelompokkan masing-masing untuk memperoleh hasil yang akan di tarik kesimpulannya. Hasil wawancara yang sudah dikelompokkan kemudian dilakukan verifikasi data yang mendukung penelitian untuk ditulis kembali dan dianalisis. Dari hasil analisis kemudian dapat ditarik kesimpulan perihal perilaku mahasiswa dalam mengkonsumsi *Samyang*.