

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia saat ini khususnya dalam kegiatan ekonomi baik produksi, konsumsi, maupun distribusi kini sudah mulai beragam adanya, bahkan ada beberapa aspek yang mulai diperhatikan oleh para konsumen di Indonesia mulai dari rasa, harga, khasiat makanan, kualitas, bahkan spesifikasi Label Halal termasuk pada produk makanan impor. hal ini sangat penting untuk diperhatikan apalagi jika diingat bahwa mayoritas masyarakat di Indonesia adalah muslim dengan 229 juta jiwa, dengan terus bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia maka tingkat makanan impor di Indonesia juga terus bertambah, Produk impor pun sekarang sudah mulai banyak beredar di dalam negeri dan telah menjadi bagian dari masyarakat Indonesia, salah satunya adalah produk makanan importing. sehingga, konsumen khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta mulai selektif dalam pengambilan keputusan barang impor tersebut.

Pada produk makanan impor, tidak semua telah mendapatkan label halal, dengan adanya label halal tersebut akan lebih meyakinkan konsumen untuk membelinya. Perilaku konsumen khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta terhadap keputusan pembelian makanan impor kini perlu lebih diperhatikan. Pada dasarnya, konsumen bersifat impulsif, bergantung pada merek, dan selalu tertarik dengan produk makanan yang terbaru. Pola perilaku konsumen di dalamnya dipengaruhi oleh pengetahuan dan

pemahaman tentang kehalalan produk. Keputusan pembelian konsumen ini dipengaruhi oleh pola perilaku konsumen itu sendiri. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor sosial budaya, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Dalam hal ini, persepsi label halal merupakan bagian dari konsumen dan memainkan peran penting dalam mencerminkan faktor psikologis. (Nursyamsiah et al., 2022)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang Memengaruhi keputusan pembelian makanan impor dan menganalisis persepsi label halal terhadap keputusan pembelian makanan impor, dalam penelitian ini terhadap produk Mixue yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada tahun 2020 untuk pertama kalinya *brand* makanan ringan asal negeri tirai bambu china, masuk ke Indonesia dan langsung mengekspansi bisnis kuliner yang sudah ada, Ini terjadi karena berhasil nya strategi *brand image* yang dibangun, yaitu dengan menawarkan produk minuman dan es krim yang menasar pada masing-masing kelompok referensi sehingga dapat dengan cepat melakukan *Scale Up* melalui penyebaran ratusan gerai es krim di Indonesia.

Mixue pertama kali hadir di Cihampelas Walk, Kota Bandung. dan berdasarkan data pandaily pada akhir maret tahun 2022 gerai Mixue sudah 317 yang tersebar hampir merata di Indonesia, dan data terbaru pada tanggal 20 januari 2023 dikutip dari jatimnetwork.com total gerai Mixue di Indonesia sudah sebanyak 584 gerai dengan data sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Penyebaran Gerai Mixue

<https://data.goodstats.id/statistic/adelandilaa/10-provinsi-dengan-gerai-Mixue-terbanyak-di-Indonesia-yfFmV>

Hal ini sangat menarik untuk diteliti mengenai hal yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Mixue melalui faktor-faktor yang menjadi penyebab utama berkembangnya usaha Mixue dengan pesat di tanah air ini. Namun disamping itu Mixue juga mengalami masalah dalam keabsahan sertifikasi halalnya, hal ini ditunjukkan dengan adanya kritik tidak nyaman dari para pelanggan terhadap kepastian sertifikasi halal yang dimiliki Mixue, pasalnya sudah lebih dari dua tahun Mixue menempati beberapa wilayah di Indonesia namun tidak kunjung dirilis sertifikasi halalnya, hal ini menjadi dilema bagi para peminat waralaba ataupun para pembeli produk Mixue, hingga pada tanggal 16 februari 2023 dikutip dari www.cnnindonesia.com MUI resmi merilis sertifikat halal Mixue (Rangga et al., 2023; Tandiawan & Wasesa, 2023).

Penelitian ini merupakan penelitian modifikasi dari Nursyamsiah et al., (2022) dengan memiliki persamaan variabel religiusitas, kelompok

referensi, gaya hidup, dan variabel persepsi label halal dengan menghilangkan variabel pendapatan didalam model penelitian, pertimbangan yang digunakan oleh peneliti adalah adanya ketidakjelasan indikator pendapatan dalam penelitian terdahulu, selain itu perbedaan lainnya pada penelitian ini terdapat pada alat analisis, dimana pada penelitian terdahulu menggunakan alat analisis SEM-PLS, sementara pada penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah yang akan dikaji:

1. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?
2. Apakah Kelompok Referensi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?
3. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?
4. Apakah Persepsi Label Halal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian.
2. Menganalisis pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian.
3. Menganalisis pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.
4. Menganalisis pengaruh Persepsi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat secara Teoritis

Penelitian ini mengembangkan suatu wawasan dalam bidang pengetahuan ilmu manajemen terhadap peran penting Religiusitas, Kelompok Referensi, Gaya Hidup dan Persepsi Label Halal pada Keputusan Pembelian produk makanan dan minuman.

2. Manfaat Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada brand Mixue tentang pentingnya persepsi konsumen kepada label halal, sehingga diharapkan Mixue dapat mengambil langkah pada strategi pemasaran yang lebih tepat.