

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini banyak bermunculan usaha kuliner yang banyak diminati para generasi milenial dan generasi z. apalagi industri kuliner adalah salah satu industri yang tidak akan ada hentinya untuk berkembang dan akan terus bermunculan dengan segala inovasi dan kebaruannya. Seperti sekarang ini banyak sekali usaha kuliner yang bermunculan dengan berbagai ciri khas dan keunggulan masing-masing khususnya di Indonesia (Anggraini & Saino, 2021).

Pengambilan keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan produk yang ditawarkan. Suatu proses Keputusan pembelian bukan hanya sekedar untuk mengetahui akan tetapi semua itu harus berdasarkan mengetahui berbagai macam faktor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peranan dalam pembelian dan keputusan untuk membeli. Proses ini merupakan proses penyelesaian masalah dalam membeli produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Satria Abdillah Ilman dkk, 2022).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa tertulis Lembaga Pengkajian pangan, Obat-obatan dan kosmetik (LPPOM), yang menyatakan produk halal dalam bentuk sertifikat dan label halal, selain itu peraturan pemerintah dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 33 Tahun 2014 Tentang jaminan Produk halal, ini semua untuk melindungi konsumen muslim di Indonesia. 8 fenomena sosial yang terjadi di lapangan sangat jauh berbeda dengan apa yang di harapkan oleh MUI dalam mengeluarkan sertifikasi halal, oleh karena itu dengan di keluarkannya sertifikasi halal oleh MUI, agar dapat memberikan kepastian jaminan halal kepada konsumen dan produk yang dipasarkan nantinya sudah teruji dengan baik serta melindungi konsumen dari makanan yang mengandung zat berbahaya dari Kesehatan (Satria Abdillah Ilman dkk, 2022)

Kehalalan menjadi hal penting dalam mengkonsumsi produk makanan bagi seorang muslim, itu sebabnya banyak kita temukan beberapa makanan yang memasang label halal dikemasannya. Tetapi tidak dipungkiri masih terdapat makanan yang berlabel halal

dan masih dikonsumsi umat muslim, salah satunya adalah produk J.CO Donuts dan Coffee (Sari, 2019).

Produk makanan ringan yang menunjukkan kesuksesan dalam merebut pasar di Indonesia salah satunya adalah produk makanan ringan donat berbagai merek dan cita rasa beragam yang ditawarkan sesuai gaya hidup terutama konsumen muda. Merek ini didirikan pada tahun 2005 oleh Johnny Andrean dan Johnny Karsono, mengambil inisial dari nama mereka sebagai singkatan dari “Jogja Coffe”. Sebagai merek asli Indonesia, J.CO Donuts dan Coffe termasuk merek yang sukses merebut pasar signifikan dan meraih brand awareness tinggi. Pemilik J.CO Donuts ini berhasil menaiki pasar industri makanan ringan salah satunya dengan konsep (*open kitchen*) yang menyajikan berbagai cara pembuatan donat (Gadeng dkk., 2022).

J.CO adalah salah satu brand yang sangat populer di kalangan Masyarakat, di mana produk yang dijual berupa makanan dan minuman. Menurut Lembaga survey top brand Awards, J.CO menempati toko donat nomor satu terlaris di Indonesia mengalahkan Dunkin Donuts. Top brand Awards sendiri adalah sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih predikat terbaik. Penghargaan ini diberikan berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil survei berskala nasional di bawah penyelenggaraan Frontier Consulting Group. Prestasi J.CO menurut top brand indeks (TBI) adalah 46,7% dan Dunkin Donuts adalah 39,9% (Sari, 2019).

Produk makanan J.CO Dan Coffe akhirnya mengantongi sertifikasi halal dari badan penyelenggara Jaminan Halal (BPJPH). Beroperasi sejak 2005, J.CO mengumumkan telah lolos pengujian kehalalan produknya pada Jumat 19 Mei 2023. Dan dikutip dari akun Instagram resmi J.CO mengatakan “ J.CO berkomitmen untuk mempertahankan Tingkat transparansi dan ketertelusuran tinggi di seluruh rantai produksi kami. Tim ahli dan petugas kepatuhan halal kami yang berdedikasi memastikan bahwa partikel halal yang ketat diikuti, memberikan anda jaminan dan ketenangan pikiran yang layak anda dapatkan”. Setelah ditetapkan halal, maka proses penerbitan sertifikasi pun dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Bagi umat Islam konsep halal menjadi suatu hal yang mutlak menurut ketentuan syariat, seperti dijelaskan dalam Al- Qur’an Surat Al-baqarah ayat 172- 173:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ

تَعْبُدُونَ (١٧٢)

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَن

اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ (١٧٣)

“Hai orang-orang yang beriman, makanlah diantara rizki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah(172). Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.(173)”

Selain memastikan kehalalan, Harga juga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Harga memiliki peranan penting dalam bauran pemasaran karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh Perusahaan. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh Perusahaan, sehingga konsumen akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut apabila barang yang ditawarkan tidak sesuai dengan produknya, maka konsumen akan berfikir dua kali untuk membeli produk pada kesempatan lain (Listanto dkk., 2020).

Harga adalah unsur penentu dalam Perusahaan mendapatkan laba. Harga merupakan salah satu unsur yang memengaruhi kegiatan- kegiatan dalam Perusahaan yang

berfungsi menciptakan keunggulan bagi Perusahaan. Namun, hal ini seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penetapan harga oleh Perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas. Semakin lama seseorang pelanggan bertahan pada suatu Perusahaan, semakin berharga pelanggan tersebut (Xian, Gou Li, 2011).

Selain faktor Harga, kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan dan perkembangan perusahaan, sehingga setiap Perusahaan berusaha untuk mengoptimalkan sebagai faktor yang dapat meningkatkan nilai kepuasan konsumen dengan menjalankan berbagai strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Meningkatkan kualitas pelayanan dan memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap Perusahaan, dengan kualitas pelayanan yang baik Perusahaan dapat menarik konsumen baru dan menciptakan loyalitas bagi konsumen lama (Kepuasan dkk., 2016).

Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia pelayan, layanan dalam memenuhi ke butuhan dan keinginan dari pelanggan serta ketepatan penyampaiannya. Kualitas pelayanan kini menjadi hal penting yang harus diperhatikan maksimal agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan untuk bertahan.”kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampain nya untuk mengimbangi harapan. Pelanggan (Tjiptono, 2014) Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yaitu suatu pelayanan yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan agar nantinya berdampak baik terhadap produsen agar memberikan mutu yang baik terhadap pelanggan sehingga pelanggan akan puas terhadap produknya (Badriyah dkk., 2020).

Berdasarka latar belakang di atas, peneliti mencoba untuk mereplika penelitian dari (Satria Abdillah Ilman dkk.,). perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel penelitian. Adapun judul penelitian ini adalah:

“Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts Dan Coffee di Yogyakarta ”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas sudah dijelaskan bahwa sertifikasi halal , harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian J.CO itu berpengaruh atau tidak terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk J.CO Donuts dan coffee, maka terbentuklah rumusan masalah yang terdiri dari beberapa pertanyaan seperti :

1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk J.CO Donuts dan Coffee?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk J.CO Donuts dan coffee ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk J.CO Donuts dan Coffee?
4. Apakah sertifikasi halal, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk J.CO Donuts dan Coffee.

C. Tujuan penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian produk J.CO Donuts dan Coffee
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts dan Coffee
3. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk J.CO Donuts dan Coffe
4. Untuk mengetahui apakah sertifikasi halal, harga, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk J.CO Donuts dan Coffee

D. Manfaat penelitian

1. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang

sertifikasi halal, harga, kualitas layanan dalam minat pembelian produk yang sudah terferifikasi halal. Dan agar Masyarakat bisa lebih teliti lagi dalam pemilihan produk yang sudah bersertifikasi halal. Dan juga dapat meningkatkan kesadaran Masyarakat muslim dalam mengkonsumsi produk-produk halal.

2. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini penulis dapat mendapatkan pengetahuan dan pemahaman tentang lebelisasi halal, harga , kualitas layanan produk J.CO Donuts dan Coffe dalam minat pembelian konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang pendahuluan yang diman terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penjabaran mengenai tinjauan Pustaka yang digunakan penelitian terdahulu dan menjelaskan teori yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam karya ilmiah yang terdiri dari: jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah terkait dengan pengaruh sertifikasi halal, harga,dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk minuman dan makanan J.CO Donuts & Coffee.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari keseluruhan penelitian, saran untuk pihak-pihak yang terkait.