

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Produk konsumsi yang ada di Indonesia dibedakan menjadi dua yaitu produk lokal dan produk impor. Di era yang sekarang Indonesia banyak kedatangan macam-macam produk impor dan sudah banyak diperdagangkan dengan kemasan kemasan yang menarik. Salah satu contoh produk impor dari Australia, merupakan kegemaran sebagian masyarakat Indonesia yaitu coklat merk “Nutella”. Nutella merupakan salah satu merek dagang terkenal dari PT. Ferrero Confectionery dan merupakan makanan impor di Indonesia dan sudah banyak pemasarannya di dalam negeri. Nutella terbuat dari pasta manis berbasis hazelnut dari bahan yang berkualitas. Nutella juga termasuk kategori yang menempati urutan pertama Halal Top Brand menurut LPPOM MUI pada kategori selai dan coklat.

Tabel 1.1

Top Brand Index Fase 2

Kategori Selai dan Cokelat

Nama Brand	Top Brand Index 2020
Nutella	32,7 %
Morin	26,3 %
Ceres	24,7 %
Mariza	9,3 %
Skippy	5,7 %

Sumber: Top Brand Award (2020)

TOP Brand Award adalah sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih predikat TOP. Penghargaan ini diberikan berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil survei berskala nasional dibawah penyelenggaraan Frontier Consulting Group. Frontier Consulting Group membagi survei penilaian menjadi tiga fase dalam setahun dan TOP Brand Survei menjadi pusat survei terbesar karena melibatkan jumlah responden yang sangat besar setiap tahunnya. Sampai akhir tahun 2013, TOP Brand Survei telah melibatkan lebih dari 12.500 responden di delapan kota besar dan tercatat hampir 500 kategori produk dan menghasilkan lebih dari 1000 merek yang mendapat predikat TOP. Pada data Tabel 1.1 diambil dari Top Brand Award produk Selai dan Cokelat Nutella ditahun 2020 berada pada urutan pertama dengan nilai presentase Top Brand Index 32,7%.

Dari data-data impor yang dimiliki oleh BPS (Badan Pusat Statistik), sekarang produk impor di Indonesia bukan termasuk produk yang langka, karena sekarang sudah bisa dengan mudah ditemukan di supermarket. Berikut tabel beberapa data-data barang impor konsumsi:

Tabel 1.2
Barang Impor Konsumsi

Tahun	Jumlah (ton)	Makanan dan Minuman untuk Rumah Tangga	
		Utama	Olahan
2015	4929	1.319,5	1.076,1
2016	5899	1.733,5	1.209,0
2017	5315	2.272,8	1.433,3
2018	7398	2.330,5	1.918,5

Sumber: Ditjen Bea dan Cukai (PEB dan PIB)

Badan Pusat Statistik (2018)

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Dalam perilaku pembelian konsumen setiap individu memiliki keputusan pembelian yang berbeda-beda pula, khususnya dalam keputusan pembelian produk makanan. Di Indonesia juga terdapat banyak isu-isu negatif khususnya pada produk makanan mengenai kasus lemak babi pada berbagai produk makanan kemasan maupun olahan. Ajaran Islam juga tidak diperkenankan mengkonsumsi suatu produk dalam prosesnya tidak halal.

Negara yang memiliki penduduk mayoritas muslim tentu saja memperhatikan mengenai halal atau tidak halalnya suatu produk yang akan dibeli. Terkait isu-isu negatif tentu saja negara yang masyarakat Indonesia yang memiliki mayoritasnya muslim untuk lebih selektif ketika menentukan dan memilih produk makanan yang higienis dan bergizi untuk keputusan pembelian tetapi juga dihalalkan agama untuk dikonsumsi.

Dalam QS al-A'raf (7): 31 disebutkan bahwa "*Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan*". Pengertian label halal itu sendiri label yang ada pada produk kemasan yang berlogo dan tersusun huruf- huruf Arab dalam sebuah lingkaran yang membentuk kata halal. Adanya pencantuman label halal pada suatu produk sangat penting karena berguna untuk memberikan kepercayaan kepada individu atau konsumen untuk menentukan keputusan pembelian. Dengan demikian adanya pencantuman label halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan suatu bentuk promosi menentukan keputusan pembelian, baik muslim maupun non muslim. Masyarakat non muslim juga memiliki peluang yang tinggi dalam memutuskan keputusan

pembelian alasannya karena produk halal terjamin kualitasnya, di setiap masing-masing agama yang ada dalam negeri maupun di luar negeri memiliki ukuran halal dan haram.

Menurut Frontier (2001) di hasil survey yang telah dilakukan konsumen makanan di Indonesia menunjukkan angka 57,9% memperhatikan label halal pada kemasan suatu produk sebelum membeli terlebih dahulu, dan jika suatu produk makanan tidak memiliki pencantuman label halal konsumen memilih untuk mencari substitusi/ barang pengganti. Pola keputusan pembelian pada dasarnya dipengaruhi oleh agama. Kegiatan agama bukan hanya beribadah saja tetapi dalam ikatan batin setiap individu. Beberapa konsumen menunjukkan bahwa Religiusitas juga mempengaruhi keputusan pembelian khususnya pada produk makanan dan kebiasaan makan.

Pada penelitian ini merupakan replikasi murni dari jurnal studi Desmayonda dan Trenggana (2019). Pada penelitian objek yang digunakan yaitu produk selai dan cokelat merek Nutella dikarenakan lokasi penelitian yang dipilih di Yogyakarta, dimana kota Yogyakarta belum marak dengan kepopuleran restoran Korea, maka dari itu diganti dengan produk selai dan cokelat Nutella. Sedangkan pada jurnal utama Desmayonda dan Trenggana (2019) objek yang ditentukan ialah restoran Korea di kota Bandung.

Pada penelitian ini memilih produk Nutella karena produk ini memiliki banyak penggemar khususnya untuk penggemar coklat kepada anak-anak dan remaja. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis ingin meneliti tentang Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Produk Nutella).

B. Rumusan Masalah

Dari hasil latar belakang pada penelitian ini, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel Label Halal berpengaruh signifikan terhadap Religiusitas pada produk Nutella?
2. Apakah variabel Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Nutella?
3. Apakah variabel Label Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Nutella?
4. Apakah variabel Label Halal pengaruh tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Religiusitas pada produk Nutella?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat ditarik tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Label Halal terhadap Religiusitas pada produk Nutella.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian pada produk Nutella.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada produk Nutella.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung Label Halal terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Religiusitas pada produk Nutella.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis Penelitian

a. Peneliti ini ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian dengan religiusitas sebagai variabel intervening pada produk Nutella.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan informasi bagi peneliti lain agar dapat menjadi penelitian yang lebih baik lagi.

2. Manfaat Praktis Penelitian

Diharapkan dapat memberikan informasi baik pada pihak konsumen maupun pihak produsen produk Nutella agar dapat mengetahui lebih dalam tentang produk tersebut.