

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan produk di Indonesia semakin beragam. Produk tersebut di antaranya produk makanan & minuman hingga produk lainnya seperti produk obat-obatan dan berbagai macam produk kecantikan / kosmetik. Meningkatnya jumlah produk mengharuskan para pengusaha atau produsen meningkatkan kualitas agar produknya tetap dilirik oleh para konsumen. Selain memperhatikan kualitas, label halal juga dapat menjadi daya tarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Tidak hanya itu promosi dapat menjadi salah satu faktor pengaruh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Keputusan pelanggan sendiri adalah salah satu tahapan konsumen melakukan keputusan untuk membeli dan mengonsumsinya ( Suharso & Yudi Sutarso 2010).

Keputusan pelanggan sendiri memiliki banyak pertimbangan diantaranya adalah label halal, kualitas produk, dan juga promosi. Indonesia sebagai negara dengan penganut agama Islam terbesar di dunia menjadikan para konsumen di Indonesia untuk berhati-hati dalam membeli produk salah satunya dengan memperhatikan label halal di dalam kandungan produk tersebut sebelum membeli. Hal ini sesuai dengan ajaran agama Islam melalui surat Al-Baqarah ayat 168

*“Wahai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah langkah syetan; karena sesungguhnya syetan itu adalah musuh yang nyata bagimu ”.*

Melalui arti ayat tersebut dapat diketahui bahwa Islam sangat menganjurkan para pemeluk-pemeluknya untuk memakan makanan yang halal. Sehingga Indonesia dengan jumlah umat Islam terbesar di Dunia menjadi pasar potensial bagi para produsen untuk memberi label halal pada produknya sehingga produknya bisa laku di pasaran.

Keputusan pelanggan juga dipengaruhi oleh Kualitas layanan dan kepuasan konsumen yang mengacu loyalitas konsumen harus diuji kehalalan produk. Kehalalan merupakan pokok utama bagi umat muslim untuk beribadah agar senantiasa manusia selalu dijalan yang benar, disamping itu kehalalan terdapat dalam Al-Qur'an dan hadist. Islam mengajarkan kita untuk mengkonsumsi yang ada dimuka bumi yang serba halal dan baik makanan dan minuman (Widyaningrum, 2018).<sup>1</sup> Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen, terutama konsumen muslim salah satunya dengan adanya label halal.

Label halal yang terdapat pada kemasan produk, akan mempermudah konsumen dalam mengidentifikasi produk dan memberikan rasa aman dalam memutuskan pembelian. Pemberian label halal pada produk, sedikit banyak akan mengurangi keraguan konsumen akan kehalalan produk yang dibeli (Rafita, 2017).<sup>2</sup> Selain itu juga penelitian Iranita (2010) dengan judul Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji. Penelitian mempunyai tujuan untuk mengetahui labelisasi halal pada suatu produk yang bisa mempengaruhi keputusan mahasiswa (UMRAH) untuk membeli suatu produk kemasan terutama produk yang telah mempunyai sertifikasi label halal. Penelitian ini bersifat eksplorasi (explanatory research) . Dalam penelitian ini jumlah variabel yang ditetapkan adalah 10 variabel yang berhubungan dengan faktor – faktor yang mempengaruhi mahasiswa terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal yang menganalisa regresi ( regression analysis) bahwa terdapat hubungan yang sedang dan searah antara variabel Labelisasi Halal dengan Keputusan Pembelian. Yang berarti semakin tinggi

---

<sup>1</sup> Widyaningrum, *Premi Wahyu. Pengaruh Label Halal, Asosiasi Merek, Iklan, dan Celebrity Endroser terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah di Malang)* : Jurnal Capital. Volume 1 (2) : 111-124, (2018).

<sup>2</sup> Rafita, Helsy Zella, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)*. (2017).

Labelisasi Halal maka semakin meningkat Keputusan Pembelian.<sup>3</sup>

Di Indonesia juga banyak kita jumpai berbagai macam produk yang terdapat label halal. Label halal suatu produk tersebut juga tidak bisa asal tempel, perusahaan harus melalui uji kehalalan dari MUI terlebih dahulu untuk memenuhi kualitas yang baik.

Kualitas suatu produk sangat penting. Dalam perusahaan juga ada istilah kualitas, kualitas ini sebagai faktor suatu barang yang menyebabkan sesuatu barang tersebut dimaksudkan atau dibutuhkan. Seperti kita diketahui bahwa barang tersebut dapat dipergunakan untuk mencapai tujuan maka harus mempunyai kualitas yang baik. Kunci keberhasilan perusahaan adalah sesuai keputusan dan memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Apabila sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas tersebut dianggap baik dan memuaskan. Kualitas dimulai dari kebutuhan konsumen dan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi pendorong semangat untuk arah yang lebih maksimal dalam menciptakan langkah kreatif, inovatif, di masa datang. Biasanya produk mempunyai kelebihan dalam kepuasan konsumen. Oleh karena itu dalam menjelaskan suatu produk diharapkan untuk jujur dan memenuhi janjinya.

Sedangkan pembeli tentu juga akan memberikan informasi tentang kejujuran dan kebaikan pedagang itu kepada yang lain, sehingga pembelinya bertambah. Kebebasan dalam kreasi penyampaiannya harus diimbangi dengan pertanggung jawaban manusia.<sup>4</sup> Sebagaimana firman dalam surat: (QS. Al-Muddatstsir:38).

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

---

<sup>3</sup>Iranita. *Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji*. Jurnal. Vol 2.No. 2. (2010).

<sup>4</sup> Oci Yonita Marhari, *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad*, (Bandung: Al-Maghfiroh, 2012), hlm. 34.

Artinya: “Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa pedagang yang memperhatikan kualitas produk akan mendapat penghargaan dari konsumen dan konsumen akan membeli produk tersebut terus menerus. Sebagaimana firman Allah di atas bahwa jika meneladani Rasulullah SAW, saat kegiatan promosi, beliau sangat mengedepankan adab dan etika luar biasa. Etika dan adab inilah disebut strategi.

Strategi dalam perusahaan sendiri bisa dengan promosi. Maksud promosi di sini guna untuk perusahaan mengadakan komunikasi dengan pasarnya, Media yang sering digunakan antara lain surat kabar, majalah, TV dan radio dengan tujuan untuk menginformasikan bahwa suatu produk itu ada dan memberikan kepercayaan produk tersebut kepada pembeli atau calon pembeli.<sup>5</sup> Promosi dalam pandangan Islam menggunakan cara-cara yang terpuji seperti dalam arti memberi informasi yang nyata dan benar tentang produk yang ditawarkan, tidak melakukan penawaran yang fiktif. Jadi Promosi islam sangat dianjurkan tetapi harus berpegang pada kebenaran ( kenyataan ), orang yang beriman perkataannya harus sesuai dengan perbuatannya ( jujur ) karena sangat berdosa besar bagi orang-orang yang tidak mampu menyesuaikan perkataannya dengan perbuatan, kejujuran merupakan pondasi utama atas tegaknya nilai - nilai kebenaran karena jujur itu identik dengan kebenaran. Maka dari itu promosi islam sangat penting.

Penelitian mengenai label halal pernah dilakukan oleh Bulan & Rizal (2016). Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh label halal terhadap pembelian produk *KinderJoy* di Kota Langsa. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk *KinderJoy* di Kota Langsa. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfian & Marpaung (2017) yang melakukan penelitian dengan

---

<sup>5</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 49

menggunakan variabel yang sama yaitu pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ternyata tidak ada pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk.

Penelitian mengenai kualitas produk pernah dilakukan oleh Habibah & Sumiyati (2016). Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik pixy. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Laila (2018) yang melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama yaitu pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pelanggan. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ternyata tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk.

Penelitian mengenai promosi pernah dilakukan oleh Sosilo (2017 ). Penelitian ini meneliti mengenai Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Usus Ayam “Al-Ichya”. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky, Arifin, & Hufron, ( 2019 ) yang melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama yaitu pengaruh promosi terhadap keputusan pelanggan. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ternyata tidak ada pengaruh promosi terhadap keputusan pelanggan produk.

Maka dari latar belakang tersebut penulis akan meneliti tentang **Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Promosi Islam terdapat Keputusan Pelanggan.**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pelanggan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pelanggan?

3. Apakah promosi Islam berpengaruh terhadap keputusan pelanggan?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pelanggan.
3. Untuk mengetahui promosi Islam berpengaruh terhadap keputusan pelanggan.

### D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penulis diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap keputusan pelanggan. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Dapat memperkaya wawasan pengetahuan perilaku konsumen tentang pengaruh dari label halal dan kualitas produksi dalam suatu produk.
- b. Sebagai referensi pada penelitian berhubungan dengan pengaruh Label halal , kualitas produk dan promosi islam terdapat keputusan pelanggan

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Dari penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran secara efektif dan efisien agar menjadi dasar pertimbangan supaya perusahaan mempertimbangkan label halal, dalam menjalankan promosi untuk mencapai sasaran dalam menarik nasabah tersebut

- b. Bagi Manajer dan seluruh karyawan

Penelitian skripsi ini diharapkan menjadi pertimbangan manajer dan seluruh staff dalam

metode promosi islam terdapat keputusan pelanggan

c. Bagi Masyarakat

Penelitian skripsi ini diharapkan dapat mengetahui gambaran sistem objek kerja yang dalam penelitian ini serta dapat mengidentifikasi suatu masalah atau fakta yang ada secara sistematis dan memberi tambahan wawasan pengetahuan bagi pembaca dan masyarakat luas.

## E. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan skripsi ini diharapkan dapat memperoleh gambaran serta garis besar dari masing –masing bagian di dalamnya. Berikut ini merupakan sistematika penulisan skripsi yang penulis tulis:

### 1. Bagian awal

Bagian awal meliputi halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman abstrak, halaman persembahan, halaman atas pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

### 2. Bagian isi

Agar lebih di mengerti atau dipahami maka tersusun lima bab yang masing – masing berisi bab tentang persoalan – persoalan yang saling berkaitan antara bab satu dengan yang bab yang lainnya. Adapun sistematika tersusun sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, serta hipotesis.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, desain

dan variabel operasional, jenis dan sumber data, uji validitas dan reliabilitas instrument, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang deskripsi hasil dan penelitian, penyajian data, analisis dan pembahasan.

#### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan hasil pembahasan dan saran untuk menyelesaikan masalah yang ada.

#### **3. Bagian Akhir**

Bagian ini berisi Daftar Pustaka, Lampiran-Lampiran

