

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam memilih suatu produk seorang konsumen sangat memperhatikan kualitas barang yang akan dibeli. Keputusan pembelian merupakan suatu hal kegiatan yang dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan sesuatu hal yang diinginkan atau dibutuhkan. Pengambilan keputusan pembelian dilakukan dengan penilaian dan menjatuhkan pilihan. Keputusan dalam manajemen berkaitan dengan pertimbangan-pertimbangan yang rasional. Alternatif bagi manajemen itu sendiri melibatkan seseorang sebagai pembuat keputusan. Oleh karena itu sebelum menjatuhkan pilihan dan mengambil keputusan diperlukan proses identifikasi masalah dan pemaparan sekumpulan alternatif yang akan dipilih.¹

Keputusan Pembelian dilakukan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian berbeda-beda. Setiap Perusahaan berusaha menciptakan suatu konsep pemasaran yang mampu menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.² Perusahaan berusaha melakukan berbagai cara agar produk terjual sesuai dengan target yang direncanakan.

Sebelum menetapkan sebuah keputusan pembelian seorang konsumen akan lebih cenderung untuk memilih dan menggunakan segala sesuatu yang jelas kehalalan suatu produk tersebut dibandingkan dengan produk yang tidak mempunyai keterangan label halalnya karena Umat Muslim memperhatikan

¹ Anton Athoilah, *Dasar-dasar Manajemen*, (Bandung: Pustaka Setia, 2010), h.26

² Fandi tjipto, *Prinsip-prinsip pemasaran*, (Yoqyakarta : CV. Andi Offset, 2014), h.42

keterangan suatu barang yang dibeli. Apakah layak digunakan serta jelas kehalalannya. Sangat diperlukan keterangan dari sebuah produk karena banyak barang yang tidak jelas asal usulnya sebagaimana yang terkandung dalam Al Qur'an Surat An Nahl Ayat 114 yaitu:

﴿ فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُفْرًا بِآيَاتِهِ تَعْبُدُونَ ﴾

114. Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.

Banyak ayat Al Qur'an yang menjelaskan tentang Kehalalan maka sangat penting bagi Konsumen terutama Umat muslim lebih percaya bahwa dengan mengkonsumsi yang halal akan menjadi berkah dan sehat untuk manusia serta bahan-bahan yang terkandung harus bahan yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam dan harus memiliki sertifikat halal dari majleis ulama indonesia.

Terkadang masyarakat sekarang tidak akan berfikir panjang dalam membeli sesuatu apabila telah tercantumkan adanya label halal apalagi disaat membutuhkan. Kurang pengetahuan serta pemahaman konsumen dalam konsep kehalalan suatu produk sehingga menyebabkan ketidak pedulian terhadap hal tersebut. Beberapa perusahaan produk makanan minuman yang baru berdiri begitu juga restoran atau makanan serta minuman yang ada cantuman label halal disebuah prodak hanya diletakkan sebelah pihak tanpa adanya pengujian terebih dahulu. Jika produsen dan konsunen sama-sama paham maka hal tersebut tidak akan terjadi. Oleh karena itu kita harus berhati-hati dalam membeli sesuatu barang apakah telah layak diedarkan .

Selain adanya unsur Label Halal dalam suatu produk maka iklan juga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam proses pembelian. Dengan Berkembangnya iklan merupakan bukti dari teknologi yang semakin hebat serta membuat sistem pemasaran dengan mudah, salah satunya dengan media periklanan yang sangat efektif dilakukan karena mempunyai daya tarik sangat kuat terhadap keputusan pembelian konsumen berdasarkan informasi yang ada. Kejelasan informasi produk yang diiklankan pada segmen pasar akan menghasilkan hasil yang positif dari konsumen tentunya akan menguntungkan bagi produsen. Iklan memotivasi konsumen untuk mempertimbangkan suatu barang dan iklan juga menarik serta mudah diingat oleh konsumen.

Informasi yang disampaikan iklan dengan isi pesan dan design iklan yang menarik membuat konsumen tertarik sehingga adanya rasa ingin memiliki terhadap suatu barang. Sebuah Iklan bukan hanya berupa gambar yang ditayangkan di media TV tetapi juga mencakup segala informasi yang ada di radio, koran, majalah, Poster, Pamphlet, serta informasi disosial media internet seperti Facebook (FB), YouTube, Pesan Short Message Service (SMS). Perkembangan yang begitu pesat sehingga pertukaran informasi dengan mudah sehingga perusahaan harus mengevaluasi kelebihan dan kekurangan dari perkembangan tersebut sehingga tidak adanya kebohongan atas sebuah informasi yang beredar.

Begitu halnya dengan Kopi yang terkenal dengan komoditas banyak diperdagangkan di dunia dan merupakan salah satu minuman yang digemari oleh orang-orang salah satunya Mahasiswa. Mahasiswa atau pelajar cenderung memilih jenis kopi campuran. Beberapa alasan mahasiswa dalam mengkonsumsi kopi yaitu

kurang tidur pada malam sebelumnya, kebiasaan atau untuk menambah energi, menjelang ujian atau menyelesaikan tugas. Kopi mencegah rasa kantuk, mereleksasikan pikiran, menyegarkan napas, rasaya nikmat, alasan kesehatan kesehatan dan dapat mengurangi depresi.³ Salah satu merek minuman kopi yang digemari yaitu Luwak White Koffie . Dalam persaingan produk sejenis banyak memiliki pesaing yang cukup terkenal dikalangan masyarakat juga terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2
Data Top Brand Luwak White Koffie tahun 2015-2019

MERЕК	2015	2016	2017	2018	2019	TOP
Luwak White Koffie	72,5%	74,2%	68,5%	68,9%	80,3%	TOP
ABC White Koffie	10,5%	9,1%	15,3%	12,9%	8,0%	TOP
TOP White Koffie	8,3%	5,4%	5,4%	7,8%	2,9%	
Kapal Api White Koffie	3,0%	2,5%	2,9%	4,9%	5,7%	

Sumber: Di unduh dari Website.www.topbrandaward.com

Bedasarkan Tabel diatas Luwak White Koffie mendapat penghargaan paling tinggi dibandingkan dengan produk lainnya. Penghargaan tersebut menyatakan bahwa luwak white koffie digemari oleh konsumen. Pada tahun 2008 ada Kehebohan tentang luwak white koffie tidak layak dikonsumsi karena mengandung minyak babi tetapi setelah ditinjau kembali hal tersebut sangatlah tidak benar, kemudian kopi tersebut bisa dibakar karena didalamnya terdapat zat

³ [Http//www.](http://www.) "Sector article agustustus 2018",(Diunduh pada tanggal 15 April 2019, Waktu : 20.00 WIB)

yang mudah dibakar. Hangus terbakar dikarenakan mengandung minyak nabati. Sedangkan bahan nabati pada dasarnya halal akan tetapi jika dengan cara yang tidak baik maka hasilnya juga tidak akan layak dikonsumsi

Dengan tersebarnya hal-hal yang menyatakan kopi yang bermerek luwak white koffee tidak jelas status halalhnya. Maka dari itu Penulis merasa tertarik terhadap topik tersebut sehingga menjadikan sebuah judul skripsi dan mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai **“PENGARUH LABEL HALAL DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE ”**.

B. Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang diatas dapat didefinisikan sebagai berikut :

Kurangnya pengetahuan dan pemahaman konsumen dengan label halal dan ketidakbenaran informasi yang beredar dimasyarakat.

C. Batasan Masalah

Berbagai hal yang mempengaruhi seseorang untuk pembelian produk terkhusus minuman. Agar penelitian lebih terfokus mengenai pembahasan serta cakupan penelitian yang tidak terlalu luas sehingga peneliti perlu membatasi masalah dengan memfokuskan pada dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk luwak white coffee yaitu : Pengaruh label halal dan iklan karena kedua variabel ini merupakan variabel yang diduga mempunyai hubungan erat dengan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk luwak white

koffie dengan studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis UIN Imam Bonjol Padang .

Pembatasan masalah diperlukan dalam penelitian agar penelitian lebih terarah dan tidak terjadi perluasan kajian mengingat luasnya permasalahan yang ada, keterbatasan waktu, biaya dan kemampuan berfikir peneliti.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk luwak white Koffie ?
2. Bagaimana pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian produk luwak white koffie?
3. Bagaimana pengaruh label halal dan iklan terhadap keputusan pembelian produk luwak white koffie?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk luwak white koffie !!
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian produk luwak white koffie!!
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh label halal dan iklan terhadap keputusan pembelian produk luwak white koffie !!

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi instansi terkait

Dapat memberikan informasi dan masukan dalam bidang pendidikan Ekonomi terutama bidang perilaku keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk.

2. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan serta pembelajaran dalam menambah ilmu dan wawasan dalam mengenai ilmu manajemen. Serta sebagai syarat untuk mendapat gelar SE di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai referensi untuk menambah ilmu dan wawasan serta menambah informasi dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya pada pembahasan yang sama.

G. Sistematika Penulisan

BAB 1 : Pendahuluan

Bab ini menguraikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penulisan, Manfaat penulisan dan Sistematika.

BAB II : Latar Teori

Pada bab ini menguraikan landasan teori penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan metode yang berkaitan dalam melakukan penelitian penelitian yang dikemukakan.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini merupakan hasil penelitian yang meliputi deskriptif data dan hasil analisis.

BAB V : Penutup

Bab yang memberikan kesimpulan dan saran terkait penelitian.

