

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, seperti lahirnya berbagai usaha industri rumah tangga (*home industry*) yang semakin banyak menuntut perusahaan agar dapat memenuhi keinginan dan selera konsumen sehingga dapat mempertankan posisi pasar yang sehat dan bersaing dengan kompetitor yang lain. Salah satunya adalah usaha industri rumah tangga (*home industri*) U.D Heppy Bakery yang memproduksi dalam bidang makanan yaitu roti.

Usaha industri rumah tangga U.D Heppy Bakery sudah berdiri sejak tahun 2002, dengan kegiatan utama berfokus pada produksi dan penjualan roti beraneka rasa. Didirikan oleh bapak Alius Bakar, yang merintis usaha dari bawah hingga dapat mencapai kemajuan yang pesat. Produk roti dari U.D Heppy Bakery sudah didistribusikan secara merata ke seluruh wilayah di Sumatera Barat, seperti Padang, Solok, Pesisir, Batusangkar, Payakumbuh, Pasaman, bahkan ke Kerinci, Sungai Penuh. Saat ini U.D Heppy Bakery mempunyai tenaga karyawan sebanyak kurang lebih 40 orang yang dibagi dengan spesialis dan jabatan masing-masing. Juga memiliki 7 unit mobil dan 4 unit sepeda motor sebagai transportasi penunjang pendistribusian produk ke berbagai wilayah di Sumatera Barat. Selain di distribusikan ke berbagai daerah di Sumatera Barat U.D Heppy Bakery juga memiliki konsumen setia yang malakukan pembelian langsung ke toko yang berada

di sebelah pabrik produksi sehingga dapat memudahkan pemilik untuk mengelola toko secara langsung.

Untuk bertahan hidup, berkembang dan dapat bersaing, U.D Heppy Bakery harus mampu menjaga tingkat kepuasan konsumen. Berbagai cara untuk menjaga kepuasan konsumen, salah satunya adalah selalu menjamin kehalalan produk yang dijual. Karena mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, oleh karena itu kehalalan dari suatu produk akan sangat berpengaruh bagi konsumen terlebih jika itu adalah produk makanan. Selalu memperhatikan dan sebisa mungkin tidak menaikkan harga produk apabila tidak sesuai dengan kebutuhan serta alasan yang logis pada saat akan menaikkan harga jual. Selain itu, melakukan promosi penjualan untuk menginformasikan dan mengingatkan konsumen akan produk atau jasa yang ditawarkan juga sangat penting.

Perusahaan dapat dikatakan berhasil dalam persaingan pasar apabila perusahaan tersebut berhasil mendapatkan dan mempertahankan pelanggan-pelanggan yang telah mereka bidik sebelumnya. Dengan banyaknya pelanggan yang didapat tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan tersebut akan memperoleh keuntungan yang besar dan pertumbuhan ke arah yang lebih baik. Pada dasarnya semakin bertambahnya pesaing-pesaing dalam bidang tertentu maka akan semakin banyak pula pertimbangan yang harus dipilih para konsumen karena semakin banyak pula produk-produk yang ditawarkan.

Produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan

suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud. Dalam arti luas, produk meliputi objek-objek fisik, jasa, acara, orang, tempat, organisasi. Produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan merumuskan penawaran yang memberikan nilai bagi pelanggan sasaran. Penawaran ini menjadi dasar bagi perusahaan dalam membangun hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.<sup>1</sup>

Dengan banyaknya pesaing dan banyaknya produk-produk yang ditawarkan, akan semakin banyak pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Begitu juga pada saat memutuskan untuk membeli roti, seorang konsumen tentu memiliki banyak pertimbangan, seperti apakah produk yang akan dibeli adalah produk halal?, Apakah harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan?, Dan tentunya jika nama produk sudah dikenali atau sudah tidak asing lagi bagi konsumen maka akan semakin cepat untuk merangsang pembelian pada produk tersebut.

Dalam kenyataannya, manusia mengambil keputusan untuk membeli suatu produk dengan banyak cara, bergantung pada situasi dan kebutuhannya. Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, seperti kehalalan produk, harga dan promosi. Terjaminnya kehalalan produk, harga yang terjangkau serta dengan meningkatkan promosi maka

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), Edisi Ke-12, Jilid 1, h. 266.

konsumen akan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian pada suatu produk.<sup>2</sup>

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada didalam kumpulan pilihan. Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh resiko yang terpikirkan. Besarnya resiko yang diperkirakan berbeda-beda menurut besarnya uang yang dipertaruhkan, besarnya ketidakpastian atribut, dan besarnya kepercayaan diri konsumen.<sup>3</sup>

Dalam memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen dituntut untuk sangat selektif dalam memilih suatu produk yang akan dibeli. Salah satunya adalah tentang kehalalan produk tersebut dikarenakan penduduk di Indonesia mayoritasnya adalah muslim tentunya akan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Halal secara bahasa menurut sebagian pendapat artinya sesuatu yang dibolehkan menurut syariat, sedangkan menurut istilah adalah setiap sesuatu yang tidak dikenakan sanksi penggunaannya atau sesuatu perbuatan yang dibebaskan syariat untuk dilakukan.<sup>4</sup>

Jika produk yang telah dibidik oleh konsumen sudah terbukti kehalalannya, kesesuaian dan keterjangkauan harganya, terlebih apabila produk tersebut sudah

---

<sup>2</sup>Agnes Ligia Pratisitia Walukow, Dkk, “ *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bantenan Center Minahasa*”. Jurnal EMBA (Universitas Sam Ratulangi Manado: vol.2 no 3, September 2014), h. 1738

<sup>3</sup>Kotler dan Keller dalam Baedowi, “*Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga, dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan pembelian Pada Rokok Djarum Super*”, Jurnal Manajemen Pemasaran (Universitas Diponegoro:2012), h. 23

<sup>4</sup>Muchtar Ali, “*Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Aatas Produsen Industri Halal*”,(Kementrian Agama Republik Indonesia:Vol.XVI, No.2, Juli 2016), h. 292.

dikenal banyak konsumen, maka konsumen tidak akan ragu untuk membeli produk tersebut.

Jaminan pada produk halal menjadi sangat penting bagi konsumen muslim karena mengingat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pangan sehingga tidak tertutup kemungkinan terjadinya kecurangan yang dilakukan oleh produsen yang menyebabkan kerugian bagi konsumen. Konsumen tentu tidak akan mau dirugikan dengan membeli produk yang tidak halal dan tidak jelas keahliannya, apalagi jika produk tersebut adalah produk makanan seperti roti yang sebagian besar orang sukainya. Oleh sebab itu kehalalan menjadi faktor penentu dalam membeli suatu produk.

Selain dari kehalalan produk, faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, karena sebagian besar konsumen sangat sensitif terhadap harga. Kebanyakan dari konsumen menjadikan harga sebagai patokan dalam membeli suatu produk, jika harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diberikan maka konsumen tidak akan ragu untuk membeli produk tersebut. Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Harga merupakan salah satu penentu dalam pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum.

Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukar suatu nilai (harga) untuk mendapatkan suatu nilai atau manfaat dari produk yang dikonsumsinya. Jika konsumen menganggap bahwa harga lebih tinggi dari nilai

produk, maka konsumen tersebut mungkin tidak akan membeli produk itu kembali. Jika konsumen menganggap harga berada dibawah nilai produk atausesuai dengan manfaat, maka kemungkinan konsumen akan membeli produk itu kembali.<sup>5</sup>

Setelah kehalalan produk dan harga, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak kalah penting adalah promosi. Promosi berperan penting dalam keputusan pembelian, promosi dapat mempercepat pengenalan suatu produk, memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan dan merangsang ingatan konsumen akan suatu produk. Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk dan meyakinkan.<sup>6</sup> Promosi juga merupakan suatu cara untuk mengkomunikasikan antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

Selain melakukan promosi dari mulut ke mulut U.D Heppy Bakery melakukan promosi dengan cara memberikan roti secara gratis sebagai tambahan apabila konsumen melakukan pembelian dalam jumlah yang cukup besar, dan melakukan promosi penjualan melalui media seperti media sosial *facebook* dan *instagram* sehingga dapat dikenal dan diterima oleh calon konsumen.

Maka dari itu usaha industri rumah tangga (*home industry*) U.D Heppy Bakery harus dapat memastikan berbagai faktor diatas yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga dapat mempertankan posisi pasar yang sehat dan dapat bersaing dengan kompetitor.

---

<sup>5</sup>Kotler dan Amstrong dalam Baedowi, op. cit, h. 24

<sup>6</sup>M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), Cet. Ke-3, Edisi I, h.

Berikut tabel daftar nama dan harga roti yang diproduksi oleh U.D Happy Bakery :

**Tabel 1.1**  
**Daftar nama dan harga roti U.D Happy Bakery**

No	Nama Roti	Harga
1.	Roti Kacang Padi	Rp. 2000
2.	Roti Coklat Pisang	Rp. 2000
3.	Roti Coklat Susu	Rp. 2000
4.	Roti Coklat Keju	Rp. 2000
5.	Roti Kelapa	Rp. 2000
6.	Roti Capucino susu	Rp. 2000
7.	Roti Manis	Rp. 6000

*Sumber: Observasi langsung, U.D Heppy Bakery, 20018*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa U.D Heppy Bakery memproduksi 7 macam roti yang beraneka rasa yang rata-rata harganya adalah Rp. 2000/ bungkusnya. Harga yang cukup terjangkau oleh semua kalangan konsumen, hanya ada perbedaan pada roti manis yang dijual dengan harga Rp. 6000/ pcs.

Konsumen yang melakukan pembelian di toko U.D Heppy Bakery terdiri dari semua kalangan, dari anak kecil, remaja dan orang tua. Karena semua usia bisa mengkonsumsi roti terkecuali pada balita yang memang masih belum bisa mengkonsumsi makanan selain ASI, dan sebagian besar orang menyukai panganan roti, sehingga besar peluang bagi U.D Heppy Bakery untuk meraih pangsa pasar. Konsumen akan mudah memutuskan untuk membeli roti apabila selalu menjamin kehalalan produk, menjaga keterjangauan harga dan

meningkatkan intensitas promosi agar produk dapat dengan mudah dan cepat dikenal oleh konsumen potensial.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa usaha industri rumah tangga U.D Heppy Bakery merupakan sebuah usaha rumah tangga yang sudah maju dan sukses. Walaupun hanya berbasis usaha industri rumah tangga, tetapi usaha U.D Heppy Bakery sudah bisa menembus sebagian besar pasar di Sumatera Barat. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menjadikan U.D Heppy Bakery sebagai objek dalam penelitian ini, agar dapat diketahui apakah kehalalan produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada U.D Heppy Bakery.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil judul penelitian **“Pengaruh Kehalalan Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti U.D Heppy Bakery di Kota Padang”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Adapun masalah yang akan diteliti berdasarkan latar belakang masalah diatas adalah : Mengingat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga memungkinkan bagi produsen untuk melakukan kecurangan dalam proses produksi demi kepentingan perusahaan seperti pencampuran bahan yang diharamkan menurut syari'at islam kedalam bahan baku, seperti menggunakan bahan campuran bagi komponen makanan yang menimbulkan rasa atau aroma benda-benda atau binatang yang diharamkan seperti, khamar, minyak babi, *whisky*, *brandy*, *beer*, dll, maka perlu dibuktikan apakah kehalalan produk

berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada U.D Heppy Bakery. Selain itu, harga tidak stabil bisa naik sewaktu-waktu. Dengan ketidak stabilan harga tersebut apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dan tingkat promosi yang masih rendah. Dengan adanya masalah tersebut apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada U. D Heppy Bakery.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kehalalan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada U. D Heppy Bakery?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada U. D Heppy Bakery?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada U. D Heppy Bakery?
4. Bagaimana pengaruh kehalalan produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada U. D Heppy Bakery?

### **D. Batasan Masalah**

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas, yang meliputi pengaruh kehalalan produk, hargadan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan objek penelitiannya peneliti lebih

memfokuskan pada U.D Heppy Bakery sebagai studi kasus adalah konsumen yang melakukan pembelian pada U. D Heppy Bakery.

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kehalalan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada U.D Heppy Bakery.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada U.D Heppy Bakery.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada U.D Heppy Bakery.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kehalalan produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada U.D Heppy Bakery.

### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi konsumen  
Dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan dan informasi.
2. Bagi Penulis  
Penulisan dan penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan sebagai sumber sumbangan yang cukup penting terhadap aplikasi langsung

di masyarakat atas pengetahuan secara teori selama dibangku kuliah.

3. Bagi Pemilik atau Pengusaha

Dapat dijadikan salah satu pertimbangan dan bahan acuan tentang bagaimana faktor-faktor tertentu mempengaruhi keputusan pembelian.

4. Bagi Akademik

Sebagai suatu hasil karya dan sebuah karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa atau pihak lain yang memiliki ketertarikan meneliti bidang yang sama.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan dalam pembacaan, secara umum penelitian ini akan dibuat dalam 5 bab, yang terdiri dari :

**BAB I : Pendahuluan**

Berisi tentang latar belakang, rumusn masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

**BAB II : Tinjauan Pustaka**

Berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian, seperti pengertian pemasaran, keputusan pembelian, jenis-jenis perilaku keputusan pembelian, proses keputusan pembelian, faktor-faktor yang mempengaruhi

keputusan pembelian, pengertian produk, tingkatan produk, pengertian kehalalan produk dan hubungan kehalalan produk terhadap keputusan pembelian, pengertian harga, faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga, strategi penyesuaian harga dan hubungan harga dengan keputusan pembelian, pengertian promosi dan tujuan promosi dan hubungan promosi terhadap keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

**BAB III : Metode Penelitian**

Berisi tentang variabel penelitian, dan defenisi operasional, penentuan sampel, jenis sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data.

**BAB IV : Hasil dan Pembahasan**

Berisi deskripsi tentang objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

**BAB V : Penutup**

Berisi tentang simpulan, keterbatasan penelitian dan saran.