

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Keputusan pembelian merupakan hal yang sangat penting dalam aspek memenuhi kebutuhan, selain untuk memenuhi kebutuhan memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa juga berguna untuk kepuasan tersendiri. Perilaku keputusan pembelian menjadi penting untuk diteliti karena keputusan pembelian ini mampu membuat keinginan dan kebutuhan konsumen menjadi terpenuhi. Sejalan dengan teori Kotler & Keller (2016) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen dalam memilih, membeli dan menggunakan suatu produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Kotler (2009) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan pemilihan untuk membeli suatu merek yang disukai diantara sejumlah merek berbeda. Konsumen membuat keputusan dari beberapa alternatif pilihan yang mengarah pada keputusan pembelian yang perilaku konsumen. Terdapat beberapa peneliti yang menggunakan variabel keputusan pembelian yaitu (Lia et al., 2021); (Fauziah & Madjakusumah, 2019); (Sa'diyah & Rafikasari, 2022); (Arifin et al., 2022).

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh label halal dari sebuah produk. Label halal dinilai sangat penting karena untuk menjamin dan memastikan kepada konsumen bahwa produk yang diproduksi benar-benar halal untuk dikonsumsi. Hal tersebut juga sebagai upaya pemerintah

dalam rangka memberikan fasilitas bagi masyarakat untuk menjalankan perintah sesuai dengan syariat. Pernyataan ini sejalan dengan teori (LPPOM MUI) Label halal merupakan pemberian tulisan, gambar atau kombinasi antara tulisan dan gambar yang dicantumkan pada kemasan suatu produk.

Selain label halal, salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu citra merek. Hal ini citra merek dikatakan sangat penting karena citra merek menjadi patokan para konsumen untuk memilih produk yang akan dibeli, banyak konsumen yang menjadikan citra merek sebagai salah satu acuan dalam membuat sebuah keputusan pembelian. Pernyataan ini sejalan dengan teori Kotler (2015) merek adalah tanda yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Pernyataan ini didukung dalam penelitian (Kamilah, 2017); (Krishna & Sunariani, 2018); (Miati, 2020) menyatakan bahwa variable citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut penelitian (Dendy et al., 2020); (Prabowo et al., 2020) dan (Dendy et al., 2020) mengatakakn bahwa citra merek dan label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk. Tetapi dalam penelitian (Amin & Rachmawati, 2020); (Rozjinqin & Ridlwan, 2022) dan (Ismaulina, 2020) menyatakan bahwa Citra merek dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari beberapa penelitian tersebut terdapat GAP research, dari perbedaan hasil ini diperlukan penelitian tentang label halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Sektor industri makanan serta kemajun teknologi memberikan peluang

bagi para pelaku usaha untuk membuka inovasi dalam bidang usahanya. Usaha dibidang kuliner saat ini sangat banyak berkembang di beberapa daerah. Menurut Bernik (2021), salah satu industri makanan yang sedang berkembang saat ini adalah es krim. Hal itu disebabkan banyak yang menyukai jenis makanan ini mulai dari anak-anak hingga dewasa menyukai eskrim. Selain rasa yang beragam es krim juga banyak dibuat dengan bentuk yang beragam, es krim yang bervariasi ini dimiliki perusahaan besar salah satunya yaitu es krim merek Aice.

Aice merupakan salah satu jenis makanan beku ice ceram yang berhasil masuk di Indonesia. Aice mendirikan pabrik es krim pertamanya PT Alpen Food Industri, yang menerima sertifikasi tingkat tertinggi A-Level Halal. Aice didirikan pada bulan November 2014, berkantor pusat di Singapore. Aice berkomitmen untuk menjadi “Merek es krim yang paling populer” di Asia Tenggara dan memberikan kualitas, kenikmatan, kesegaran, kebahagiaan, inovasi produk es krim kepada konsumen (Anisya et al., 2020).

Namun, produk es krim Aice ini masih tergolong baru di Indonesia sehingga produk es krim Aice harus bersaing dengan produk es krim merek lain seperti es krim Walls dan es krim Campina yang sudah lama produk es krim ini ada di Indonesia.

Sejak berdiri pada tahun 2014 perusahaan Aice baru mendapatkan sertifikasi halal pada November 2017. Perusahaan ini mendapatkan sertifikasi halal dan implementasi sistem jaminan halal dengan nilai A (Sangat Baik) yang dikeluarkan oleh lembaga yang menjadi pusat halal

internasional yaitu LPPOM MUI. Aice juga mendapatkan penghargaan halal award pada tahun 2017 sebagai peraih kategori produk halal pendatang baru terbaik yang diberikan LPPOM MUI. Aice juga dianugrahi sebagai *Excellent Brand Award* pada tahun 2017 (Putri et al., 2017). Perusahaan ini melakukan penjualan dengan cara menggunakan reseller ataupun outlet yang tersebar pada warung-warung atau toko-toko dan bahkan tersedia juga di pasar modern.

Salah satu daerah yang menjual es krim Aice adalah kelurahan merjosari. Kelurahan Merjosari merupakan kelurahan yang terletak di Kota Malang. Adanya kampus Universitas Islam Malang, Universitas Muhammadiyah dan Universitas Gajayana menjadi peluang usaha bagi beberapa masyarakat. Peminat dari es krim ini banyak dari golongan remaja yang menyukai makanan manis. Kebanyakan mahasiswa-mahasiswa juga menjadi konsumen utama dari produk es krim ini. Mahasiswa memilih es krim ini karena kecenderungan harga yang lebih murah dari pada es krim lainnya. Hal tersebut menjadi salah satu pembentuk *image* yang baik.

Kesuksesan produk Aice dimulai pada bulan agustus tahun 2018 Aice menjadi *brand sponsor* pada *sea games* 2018, setelah berhasil mendapatkan sertifikasi Halal MUI kini Aice mulai banyak dikenal oleh masyarakat luas setelah menjadi *brand sponsor* di *sea games* 2018. Salah satunya konsumen di Kota Malang, mulai banyak konsumen yang mengenal produk es krim Aice. Hal ini memberikan keuntungan pada penjual es krim ini. Para penjual mampu menjual es krim Aice dalam

volume yang cukup banyak setiap bulannya. Berikut ini data toko yang menjual es krim Aice di Kelurahan Merjosari:

**Tabel 1. 1 Penjualan Es Krim Aice Di Toko-Toko di Merjosari**

Bulan	Nama Toko		
	Toko Darussakinah	Alfaduro	Toko Ardi
Januari 2023	1080 Pcs	2280 Pcs	1230 Pcs
Februari 2023	1200 Pcs	2040 Pcs	1380 Pcs
Maret 2023	840 Pcs	1860 Pcs	1410 Pcs
April 2023	930 Pcs	1290 Pcs	720 Pcs
Mei 2023	1290 Pcs	1260 Pcs	1470 Pcs

Sumber : Toko Madura Merjosari

Berdasarkan data penjualan yang ditampilkan pada tabel 1.1 menunjukkan data penjualan es krim Aice dari bulan Januari 2023 hingga Mei 2023 dengan tingkat rata-rata penjualan pada Toko Darussakinah sebanyak 1068 buah, pada toko Alfaduro rata-rata sebanyak 1746 buah, dan pada toko Ardi rata-rata penjualan sebanyak 1242 buah. Dari data tersebut ditunjukkan rata-rata penjualan es krim Aice yang paling tinggi pada Toko Alfaduro sebesar 1746 buah. Menurut pemilik toko pembeli dari Aice kebanyakan adalah mahasiswa dan anak-anak.

Oleh karena adanya perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya dan juga disertai fenomena latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Label Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi ruang lingkup permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian ice cream Aice?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian ice cream Aice?
3. Apakah label halal dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ice cream Aice?

### **C. Tujuan Penelitian**

Peneliti berharap penelitian ini akan memberikan manfaat sesuai dengan tujuan dari penelitian, yakni untuk:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian ice cream Aice.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian ice cream Aice.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh label halal dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian ice cream Aice.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik itu yang bersifat teoritis maupun praktis.

#### **a. Bagi Perusahaan**

Melalui penelitian ini diharapkan perusahaan tetap bertahan dengan konsistensi strategi pemasaran dan meningkatkan citra produk tersebut di hadapan publik, khususnya calon konsumen untuk memenangkan persaingan bisnis. Melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan

sumber pengetahuan untuk perusahaan guna mempertimbangkan strategi yang bagus kedepannya.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan, sumber informasi dan bahan referensi penelitian selanjutnya agar bisa lebih dikembangkan dalam materi-materi yang lainnya untuk meningkatkan kualitas pembeajaran.

