

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis kuliner saat ini memiliki peluang keuntungan yang sebesar-besarnya yang didukung oleh perkembangan kuliner di masyarakat yang menyebabkan perubahan kebutuhan masyarakat terutama kebutuhan akan makanan dan minuman. (Megasari Manik & Siregar, 2022)

Es krim merupakan salah satu produk kuliner yang memiliki cita rasa yang berbeda dan digenari oleh banyak orang di seluruh dunia. Teksturnya yang lembut dan rasanya yang manis menjadikan es krim sebagai hidangan penutup. Di dunia bisnis, es krim adalah ide bisnis dimana persaingan sangat ketat. Semakin banyak perusahaan di seluruh dunia yang bersaing dalam penjualan es krim.

Salah satu perusahaan es krim di Indonesia adalah Mixue *Ice Cream & Tea*. Mixue *Ice Cream & Tea* adalah perusahaan es krim dan *tea shop* asal China yang telah berdiri Dari tahun 1997. saat ini, usaha es krim ini sudah mempunyai lebih dari 21.000 *outlet* yang tersebar luas di dalam maupun di luar China seperti Vietnam, Singapura, Malaysia, bahkan Indonesia. di Indonesia

Berdasarkan data yang diperoleh dari Momentum Works, Mixue menempati posisi ke lima gerai terbanyak pada restoran cepat saji tahun 2021 yaitu sebanyak 21.582 gerai. Posisi pertama di tempati oleh Mc Donalds dengan gerai sebanyak 40.030. kemudian diikuti oleh subway dengan gerai sebanyak 37.000. Posisi ketiga

ditempati oleh starbucks dengan jumlah gerai 33.833 dan yang ke empat ditempati oleh KFC dengan jumlah gerai 26.934.

Menanggapi fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti keputusan pembelian pada mixue ice cream & tea yang menjadi fokus peneliti karena selalu ramai pengunjung. Keputusan pembelian itu sendiri merupakan isu yang menarik untuk diteliti. Hal ini dikarenakan keputusan pembelian dapat diartikan sebagai pengambilan keputusan terhadap suatu produk. (Husnah, 2023)

Keputusan pembelian berarti konsumen menentukan pilihannya dari banyaknya pilihan lain yang tentunya dipengaruhi faktor lain, misalnya sertifikasi halal, cita rasa, kemasan dan lain sebagainya. Keputusan pembelian pada tahap proses mengambil keputusan pembeli dimana konsumen tersebut benar-benar membeli. Kotler & Armstrong dalam (Amalia, 2019)

Populasi muslim di Indonesia diperkirakan sebanyak 237,56 juta jiwa. Jumlah penduduk muslim tersebut setara dengan 86,7% populasi di Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Menurut Akim, Konety, Purnama dan Adilla (2018) sertifikasi halal yakni tata cara untuk mendapatkan sertifikat halal dengan melakukan beberapa prosedur pemeriksaan guna memperoleh bukti bahwasannya bahan baku, proses produksi, serta sistem jaminan halal telah sesuai dengan standar LPPOM MUI. Maksud dari adanya sertifikasi halal tersebut yakni untuk menjamin status kehalalan pada suatu produk guna memenuhi hak pelanggan. Selain itu, sertifikasi tersebut memberikan sebuah hak perusahaan dalam penggunaan label halal untuk dapat dicantumkan dalam kemasan atau sampul produk maupun untuk pajangan di

premis perusahaan. dalam negeri. Konsumen beragama Islam di Indonesia mencari sertifikasi halal dari. (Izzah, 2022)

Saat ini, seluruh produsen di Indonesia diwajibkan untuk mengajukan sertifikasi halal pada produknya. Hal ini didukung dengan berlakunya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan Produk Halal yang mana wajib bagi produsen untuk mengajukan sertifikasi halal pada produknya.

Banyaknya merek dan produk yang sangat berbeda dan banyak membuat persaingan di pasar sangat ketat. Oleh karena itu, pemilik usaha harus menerapkan strategi pemasaran untuk bersaing dengan yang lain. Kemudian dengan berkembangnya bisnis bersertifikat Halal Indonesia yang mengacu pada produk yang memenuhi persyaratan Halal menurut hukum islam. Produk tersebut tidak mengandung babi atau alkohol sebagai bahan tambahan yang sengaja dan terkait dengan istilah Halal yang dijelaskan dengan Al-Qur'an yang berarti apa yang di perbolehkan.(Ananda, 2021)

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya : *Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeqi yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya. (Q.S. Al-Ma'idah:88)*

Dengan adanya produk halal membuka peran konsumen dalam keputusan pembelian. Sertifikasi halal mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Mixue sebuah brand yang terkenal di Indonesia dengan produk andalannya ice cream & tea. Mixue selalu memperhatikan kehalalan produk-produknya sehingga mengantongi sertifikasi halal dari Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-

obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) dengan nomor **ID00410001326911122**. Sertifikasi tersebut berlaku mulai 16 Februari 2023.

Selain sertifikasi halal, didalam sebuah bisnis kuliner hal yang sangat penting adalah cita rasa. Menurut Drummond & Brefere (2010) mendefinisikan bahwa suatu cara terhadap pemilihan terhadap makanan bisa dibedakan dari adanya rasa makanan itu merupakan dari cita rasa. Cita rasa merupakan sebuah atribut yang terdiri dari penampakan, rasa, bau, tekstur serta suhu yang dapat membentuk kerjasama dari kelima macam indra manusia. Mixue memiliki cita rasa yang manis dan segar, mixue juga menghadirkan varian milk tea. Jadi dengan adanya cita rasa ini jika yang ditawarkannya sesuai dengan keinginan, maka bisa menghasilkan suatu keputusan pembelian pada konsumen itu.

Selain Sertifikasi Halal dan cita rasa, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kemasan karena saat ini kemasan produk menjadi hal yang penting. (Kasih et al., 2023) Kemasan tidak lagi hanya berfungsi sebagai wadah untuk mengemas makanan dan minuman agar terlindung dari debu, kotoran, guncangan, udara dan sinar matahari, tetapi juga sebagai alat promosi. Bahkan menurut Rundh (2005) dalam (Ahmed et al., 2014) menyatakan bahwa kemasan dapat menarik perhatian konsumen terhadap merek tertentu, meningkatkan citra dan menarik persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Kemasan mixue terbuat dari bahan yang ramah lingkungan, sehingga tidak merusak lingkungan saat dibuang, kemasan mixue juga menarik dan meunjukkan brand sehingga customer mudah mengingat. Jadi dengan adanya kemasan bisa menghasilkan suatu keputusan pembelian pada konsumen itu.

Penelitian terdahulu terkait variabel sertifikasi halal menurut (Fitriyani & Ulya, 2023) hasil menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen. Penelitian terdahulu terkait variabel cita rasa menurut (Agung Nedian Saputra, 2023) hasil menunjukkan Cita rasa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian terdahulu terkait variabel kemasan menurut (Anggreni, 2023) hasil menunjukkan kemasan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Sertifikasi Halal, Cita Rasa Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue Ice Cream & Tea (Study Kasus Di Remaja Kecamatan Medan Deli)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengangkat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen mixue ice cream & tea?
2. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen mixue ice cream & tea?
3. Apakah kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen mixue ice cream & tea?
4. Apakah sertifikasi halal, cita rasa dan kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen mixue ice cream & tea?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, yang dibahas dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian konsumen mixue ice cream & tea?
2. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian konsumen mixue ice cream & tea?
3. Untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen mixue ice cream & tea?
4. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal, cita rasa dan kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen mixue ice cream & tea?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan sertifikasi halal, cita rasa dan kemasan terhadap keputusan pembelian ulang serta menjadikan bahan kajian lebih lanjut.

b. Secara praktis

Secara praktis hasil penelitian ini akan bermanfaat bagi :

- 1) Bagi Mixue: hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui kelemahan atau kelebihan dari langkah yang diambil oleh perusahaan selama ini, sehingga dimasa yang akan mendatang perusahaan dapat menentukan kebijakan dalam menentukan mengenai sertifikasi halal, cita rasa dan kemasan keputusan pembelian konsumen ice cream mixue.
- 2) Bagi akademik: Penelitian ini mudah-mudahan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya sertifikasi halal, cita rasa dan kemasan baik itu digunakan sebagai bahan literatur ataupun pembelajaran bagi konsumen.