

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama muslim terbesar. Kehalalan sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk. Produk halal adalah produk yang memenuhi syariat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Pemegang sertifikat halal MUI bertanggung jawab untuk memelihara kehalalan produk yang diproduksinya, dan sertifikat halal ini dapat dipindah tangankan. Peraturan pemerintah No. 69 tahun 1999 pada pasal 1 ayat 3 : Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, di masukkan kedalam, di tempel kan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan, yang selanjutnya dalam peraturan pemerintah ini disebut Label. Label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya ( Stanton & william,2004:282)

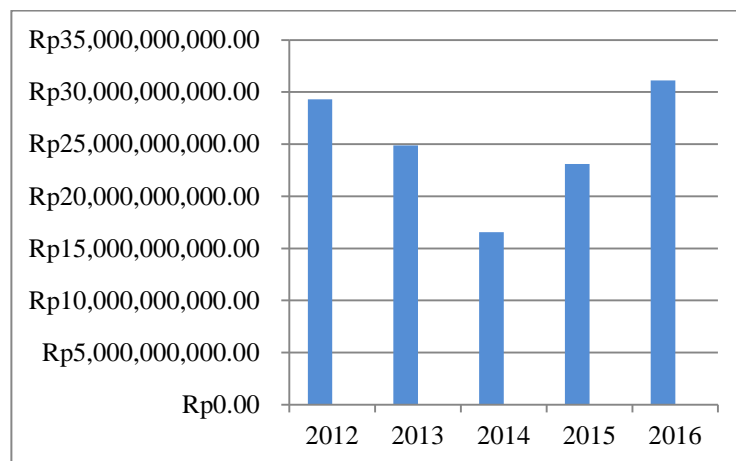
Sebagai negara dengan populasi kaum Muslim terbesar, semestinya masyarakat dalam mengkonsumsi makanan memperhatikan kehalalannya. Agama Islam juga mengatur mengenai hukum-hukum yang mempengaruhi perilaku konsumsi umat Islam dalam Alquran tentang apa yang diperbolehkan (halal) dan apa yang tidak boleh (haram) bagi pemeluknya (Mukhtar & Butt, 2012).

Menurut Miru (2007) label halal adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk. Mengonsumsi makanan halal dapat memberikan manfaat bagi tubuh serta terhindar dari bahan baku yang dilarang oleh syariat Islam. Seperti yang dijelaskan dalam firman Allah (QS. Al-Baqarah : 168) hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi. (QS. Al-Maidah : 3) diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya, dan (di haramkan bagimu) yang di sembelih untuk berhala.

Meskipun mayoritas penduduk Indonesia muslim dan konsumen muslim dilindungi oleh BPPOM MUI terkait penyebaran produk halal, akan tetapi saat ini kesadaran masyarakat untuk memilih, membeli dan mengonsumsi produk-produk halal masih rendah ([www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)). Faktor yang menyebabkan rendahnya kesadaran masyarakat untuk membeli dan mengonsumsi produk halal.

Kesadaran masyarakat tentang produk makanan halal sudah meningkat seiring dengan munculnya berbagai kasus dampak penggunaan bahan berbahaya dalam produk makanan. Tentunya konsumen akan lebih selektif lagi terhadap makanan yang akan mereka pilih. Peristiwa penggunaan produk berbahaya dalam produk makanan akan merusak organisasi, karyawan, produk dan jasa yang dihasilkan organisasi, kondisi keuangan dan reputasi perusahaan. Sebagai contoh yaitu kasus yang dialami oleh PT.SINAR SOLARIA pada 1 Agustus 2013 yang menyebutkan di beberapa sajian makanan dari restorannya mengandung minyak babi. Kasus ini ditemukan pada restoran solaria yang bertempat di Balikpapan.

Isu penggunaan minyak babi dalam bumbu masak restoran solaria membuat heboh publik. Klarifikasi mengenai kasus minyak babi di Solaria dilakukan oleh pihak pengelola PT. Solaria yakni Dedy Nugrahadi, Manager Operasional PT. Solaria. Dedy Nugrahadi (Armandhanu dan Darmawan, 2013) menjelaskan bahwa kasus ini bermula ketika ada salah satu produk *franchise* penyedia minyak menawarkan ke Solaria untuk bergabung, selain itu juga Solaria tidak mencari mitra, klarifikasi yang dilakukan oleh pihak manajemen PT. Solaria tersebut belum mampu meredam isu yang berkembang sehingga menyebabkan penurunan penjualan dan pengunjung di restoran Solaria. Namun, pihak pengelola enggan menyebutkan berapa besar penurunan jumlah pengunjung. Dedy Nugrahadi (Purnama, 2013) menjelaskan pengunjung restoran mengalami penurunan akan tetapi belum diketahui jumlah pasti seberapa besar jumlah penurunan pengunjung.



Sumber : <http://id.investieng.com>

**Gambar 1.1**  
**Data pendapatan Solaria 2012 – 2016**

Berdasarkan gambar 1.1 dapat di ketahui bahwa restoran solaria dari tahun 2012 sampai 2016 mengalami penurunan pendapatan. Tahun 2012 pendapatan solaria sebanyak 29,31M menurun pada tahun 2013 sebanyak 24,88M dan terakhir pada tahun 2014 sebanyak 16,54M sedangkan pada tahun 2015 naik sebanyak 23,11M dan pada tahun 2016 naik sebanyak 31,12M Penurunan pendapatan disebabkan oleh adanya isu kandungan minyak babi pada bahan makanan di solaria, serta persaingan antar pelaku bisnis industri lestoran, selain itu adanya keluhan yang dirasakan oleh pelanggan solaria. banyak pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang di berikan solaria.

Di lain pihak Majelis Ulama Indonesia mengumumkan ke publik bahwa restoran Solaria belum mengantongi sertifikat halal pada 1 Agustus 2013 (Purwanto, 2013). Sedangkan Solaria baru melakukan klarifikasi pada tanggal 15 Agustus 2013 berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh Purnama (2013), wawancara Purnama tersebut dilakukan pada tanggal 15 Agustus 2015. Hal ini membuktikan bahwa pada awal Agustus 2013, restoran Solaria masuk pada tahap prodomal dikarenakan belum melakukan klarifikasi terkait permasalahan yang menimpa restoran Solaria. Restoran Solaria akhirnya mengantongi sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hal ini ditandai dengan diserahkannya sertifikat halal tersebut dari MUI kepada Solaria, Selasa (3/12/2013) di kantor MUI, Jakarta.

Isu mengenai penggunaan angciu dan minyak babi di restoran Solaria ternyata masih merebak meskipun sudah dibantah oleh manajemen Solaria, kabar fiktif itu terus bergulir di media sosial (Aisha, 2013). Akibat dari merebaknya

berita tidak halalnya restoran solaria di media sosial hingga di khalayak luas pada akhirnya konsumen dari restoran solaria memilih untuk tidak makan di restoran tersebut. Serta Citra merek yang dimiliki restoran solaria menjadi buruk. Perlu adanya penanganan untuk mengembalikan citra restoran solaria. karena Citra merek bagi suatu perusahaan sangatlah penting karena akan meningkatkan daya tarik konsumen pada perusahaan. Merek (*brand*) adalah suatu nama, istilah, simbol, tanda, desain, atau kombinasi dari semuanya yang digunakan untuk mengidentifikasi produk dan membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing (*American Marketing Association, 2011*).

Menurut Kotler dan Lane (2012:272) citra merek adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam konsumen, sebagai cerminan asosiasi yang tertahan diingatan konsumen. Dimensi citra merek adalah merek terkenal, merek mudah diingat, merek dapat dipercaya dan simbol/logo mudah dikenal. Konsumen yang memiliki citra positif terhadap suatu merek akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (Setiadi, 2003:180).

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan yang baik membuat konsumen merasa nyaman dan akan memutuskan untuk kembali ke tempat tersebut. teori yang dikemukakan oleh Utami (2010) yang menyatakan kualitas pelayanan berhubungan dengan perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian produk. Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi pelanggan. Pelayanan yang sesuai harapan dan keinginan pelanggan akan mempengaruhi pengambilan keputusan. Artinya semakin baik pelayanan

yang diberikan restoran kepada konsumennya maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

**Tabel 1.1**  
**Riset gap**

No	Nama peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil
1	Lubis dan Hidayat(2017)	Pengaruh Citra Merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada STIM sukma medan	Citra merek,harga, keputusan pembelian	Hasil penelitian menunjukkan citra merek Tidak signifikan terhadap keputusan pembelian
2	Hanif dan Rachma (2015)	Pengaruh kualitas,harga,citra merek, dan desain produk terhadap keputusan pembelian di distro indigo Jombang	Kualitas, harga, citra merek,desain produk, keputusan pembelian	Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
3	Arum jualanitingsih dan Dr. H. Susilo Toto Raharjo (2016)	Analisis pengaruh citra merek, produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Bandeng Juwana Elrina)	Citra merek, produk, harga, promosi, keputusan pembelian	Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang di hadapi turunya keputusan pembelian konsumen islam di restoran solaria dikarenakan adanya

isu negatif yang membuat citra merek restoran menjadi buruk, kemudian pertanyaan penelitian (*question research*) adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di restoran solaria
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di restoran solaria
3. Bagaimana peran label halal sebagai variabel moderating pada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di restoran solaria

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di restoran Solaria.
- 2) Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di restoran Solaria
- 3) Untuk mendeskripsikan dan menganalisis peran label halal sebagai variabel moderating pada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di restoran solaria

### **1.4. Manfaat penelitian**

1. Bagi Akademisi

Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan sumber referensi yang berguna bagi penelitian terkait yang akan dilakukan di

masa mendatang, serta penelitian ini diharapkan bisa memberi kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen.

## 2. Bagi Peneliti

Penelitian ini untuk menambah wawasan pengetahuan peneliti, selain itu peneliti juga dapat mengetahui apa pengaruh dari citra merek dan,kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan label halal sebagai variabel moderating.

## 3. Bagi manajemen pemasaran

Penelitian ini dapat memberikan petunjuk bagi manajemen pemasaran tentang pentingnya label halal, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk.