

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pesat dalam dunia bisnis mendorong perusahaan untuk terus berinovasi guna menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dalam konteks ini, penelitian ini difokuskan untuk menggali dampak label Kesadaran Halal dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen Cilok Golden di Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya. Pemahaman mendalam mengenai kebutuhan konsumen, terutama konsumen muslim, terhadap kehalalan produk yang menjadi faktor kunci dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Minat beli konsumen dipengaruhi oleh perasaan dan emosi. Tingkat kepuasan dan kebahagiaan saat berbelanja dapat meningkatkan minat beli, sementara ketidakpuasan cenderung mengurangi minat beli. Minat beli ini memiliki peran penting dalam bidang pemasaran karena menjadi landasan dari keputusan pembelian konsumen.¹ Minat beli diperoleh dari proses belajar dan berpikir, membentuk persepsi yang kemudian menciptakan momen yang kuat dalam pengambilan keputusan pembelian.² Konsumen juga dipengaruhi oleh strategi perusahaan, seperti kenyamanan tempat, harga yang terjangkau dan lokasi yang strategis.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Joseph, Awi dan Pupuani terdapat 7 faktor yang mempengaruhi minat beli ulang yaitu, lingkungan

¹ Asmi Ayuning Hidayah Arum Wahyuni Purbohastuti, 'Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser', *Jurnal Bisnis Terapan*, 4.3 (2020), 38-39.

² Saidah Putri Sari, 'Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen', *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8.1 (2020).

fisik, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merek, kualitas produk, nilai yang di rasakan dan harga.³ Tetapi penelitian ini akan mempersempit fokus dengan memilih 5 faktor yang relevan dengan observasi yang telah dilakukan. Oleh karena itu variabel yang menjadi pusat perhatian penelitian ini mencakup harga, kesadaran halal, kualitas pelayanan, kualitas produk dan suasana tempat.

Harga menjadi faktor yang menjadi perhatian dalam menumbuhkan minat beli konsumen, karena menentukan nilai uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh barang atau jasa. Dalam konteks ini, konsumen dapat melakukan negosiasi harga dengan penjual, dan kesepakatan harga dapat menjadi kunci terjadinya transaksi. Harga yang diberikan pada usaha Cilok Golden relatif murah, sehingga menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen untuk datang kembali dan melakukan pembelian. Sebagaimana dijelaskan oleh Djaslim Saladin, harga merupakan komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, dan dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.⁴

Selain harga, faktor kesadaran halal juga menjadi fokus penelitian, yang dimana kesadaran halal merujuk pada tingkat pemahaman umat muslim mengenai isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal. Pengetahuan ini mencakup pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan halal dan bagaimana proses produksi suatu produk sesuai dengan standar halal dalam islam.⁵

³ Laurensia Hanjani Putri, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy', *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* Volume 1, Nomor 2, Juni 2, 1.2 (2016), hlm 164.

⁴ Arief Hadian Reyfaldi Nurhidayah Manurung, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dalam Berbelanja Online Shopee', *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2021, hlm 108.

⁵ Iwan Koerniawan Sri Ernawati, 'Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk UMKM Di Kota Bima', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16.1 (2023).

Faktor lainnya yaitu kualitas pelayanan, sebagai hasil nyata dari interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan, dapat memberikan dampak signifikan pada kepuasan konsumen dan mendorong pembelian ulang. Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen dan meningkatkan loyalitas terhadap merek atau usaha. Menurut Septian Wulandari, dalam hasil penelitiannya diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang.⁶

Kualitas produk juga menjadi faktor penting, dengan penilaian terhadap kesesuaian produk dengan kriteria dan standar yang telah ditetapkan. Kualitas produk dapat memengaruhi persepsi konsumen dan menjadi faktor penentu dalam keberhasilan suatu bisnis. Produk berkualitas cenderung lebih diminati oleh konsumen dan dapat mendorong inovasi yang mendukung perkembangan bisnis. Menurut Yudhiet Fajar Dewantara, hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas produk memiliki peran utama dalam menjamin konsumen melakukan minat beli ulang, terutama pada industri makanan dan minuman.⁷

Suasana/tempat mempunyai daya tarik tersendiri terhadap penjualan jika tempat mempunyai suasana nyaman, aman, bersih, dan unik. Dapat menimbulkan minat beli ulang terhadap konsumen untuk mendatangi tempat tersebut. Suasana/tempat merupakan andalan utama menarik pembeli untuk berbelanja lagi. Suasana tempat merupakan unsur senjata yang di miliki toko. Menurut Utami suasana toko dapat tercipta melalui desain

⁶Septian Wulandari & Novi Marlana, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Transportasi Migo Di Surabaya MIGO DI SURABAYA', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, volume 2.2 (2020).

⁷ Yudhiet Fajar Dewantara, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Di Union Deli Grand Indonesia', *Journal FAME: Journal Food and Beverage. Product. and Services. Accomodation Industry. Entertainment Services*, vol.4.2 (2021).

lingkungan visual, cahaya, warna, musik dan aroma yang dapat merangsang emosi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.⁸

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, maka dilakukan studi pendahuluan melalui wawancara kepada 5 orang konsumen Cilok Golden yang telah melakukan pembelian lebih dari dua kali.

Tabel Tabel 1. 1 Hasil Survei awal kepada konsumen Ciok Golden

| No | Nama | Alasan melakukan pembelian ulang | | | | |
|---------------|--------|----------------------------------|------------|----------|-----------------|----------------|
| | | Kualitas Produk | Lingkungan | Harga | Kesadaran Halal | Faktor Lainnya |
| 1 | Pebi | ✓ | | | ✓ | |
| 2 | Rian | | | ✓ | ✓ | |
| 3 | Salma | | ✓ | ✓ | | |
| 4 | Putri | ✓ | | | | ✓ |
| 5 | Annisa | ✓ | | | ✓ | |
| Jumlah | | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 |

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa mereka melakukan minat beli ulang pada usaha Cilok Golden sangat dipengaruhi oleh kesadaran halal dan kualitas produk yang diberikan. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa mereka melakukan minat beli ulang pada usaha Cilok Golden sangat dipengaruhi oleh kesadaran halal dan kualitas produk.⁹ Kesadaran akan kehalalan produk dan keyakinan mereka bahwa usaha tersebut mengikuti standar kehalalan yang ketat dalam proses pembuatannya. Selain itu, faktor lain yang menjadi pertimbangan utama adalah konsistensi dalam rasa dan tekstur cilok, yang

⁸ Septi Aji Prabowo, 'Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen', *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1.7 (2018), hlm 116.

⁹ Leslie Lazar Kanuk Leon G Schiffman, *Consumer Behavior*, 11th edn (Harlow, Essex Pearson Education Limited, 2015).

dianggap penting untuk mempertahankan kepuasan konsumen dan mendorong minat beli ulang.¹⁰

Kesadaran adalah pemahaman tentang suatu objek atau keadaan tertentu. Kesadaran halal merupakan pemahaman yang dimiliki oleh individu Muslim mengenai aspek kehalalan, termasuk pemahaman tentang proses penyembelihan yang benar serta preferensi untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang halal. Penting bagi umat Islam untuk memiliki kesadaran dalam memilih dan mengonsumsi produk halal, karena saat ini produk halal yang bersertifikat tidak hanya diproduksi oleh produsen Muslim tetapi juga oleh non-Muslim. Kesadaran terhadap kehalalan suatu produk tercermin dalam sikap positif konsumen, yang mengimplikasikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam transaksi produk harus melakukan tindakan yang mendukung produk halal.¹¹

Selain kesadaran halal, faktor kualitas produk menjadi faktor konsumen dalam melakukan minat beli pada usaha Cilok Golden. Menurut Kotler dan Keller kualitas produk ialah total fitur dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa. Kualitas tersebut sangat bergantung pada kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh konsumen, dengan fokus yang berpusat pada konsumen itu sendiri. Kualitas produk memiliki peran yang signifikan dalam menarik minat konsumen dan membentuk hubungan positif antara konsumen dan perusahaan penyedia produk. Adanya interaksi timbal balik antara perusahaan dan konsumen memberikan kesempatan untuk lebih

¹⁰ Hasil wawancara awal peneliti dengan konsumen Cilok Golden. Pada tanggal 1 Juni 2024.

¹¹ Nikmatul R, 'Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Luwak White Coffie pada Masyarakat Desa Danau Kecamatan Pelepat Ilir Kabupaten Bungo', *UIN Jambi*, 8.5 (2020).

memahami kebutuhan dan harapan yang dirasakan oleh konsumen. Jika kinerja suatu produk dianggap sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen akan sejalan dengan harapan yang mereka miliki.¹²

Kualitas produk mencakup kemampuan produk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dapat meningkatkan daya saing dipasar dan memengaruhi pilihan konsumen.¹³ Kepuasan konsumen terhadap kualitas produk tidak hanya memengaruhi daya saing di pasar, tetapi juga berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan serta merekomendasikan produk kepada orang lain. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Nida Rohadatul Anisa menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang.¹⁴

Berdasarkan fenomena dan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh kesadaran halal dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen Cilok Golden. Oleh karena itu peneliti hendak melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kesadaran Halal dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cilok Golden di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya”**.

¹² P Dan Kevin Lane Keller Kottler, *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (Jakarta: Erlangga, 2008).

¹³ I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi Maria Asriana Sinar, Ni Putu Anggraini, ‘Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Lazada Di Kota Denpasar’, *Jurnal Emas*, 4 (2023), hlm 131.

¹⁴ Riska Alinda & Hendri Hermawan Adinugraha, ‘Pengaruh Logo Halal, Kesadaran Halal, Dan Sikap Konsumen Untuk Membeli Kembali Produk Makanan Dan Minuman Kemasan’, *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam (SOSEBI)*, 2.2 (2022).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dalam hal ini peneliti mengidentifikasi masalah pokok yang akan dibahas, sehingga muncul pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Kesadaran Halal berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Cilok Golden di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Cilok Golden di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya?
3. Apakah Kesadaran Halal dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Cilok Golden di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin diketahui yaitu:

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini dengan melihat latar belakang masalah dan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kesadaran halal berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Cilok Golden di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Cilok Golden di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya
3. Untuk mengetahui apakah kesadaran halal dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Cilok Golden di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya

D. Kegunaan Penelitian

Dengan tercapainya tujuan tersebut, maka dapat diambil manfaatnya antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademisi mengenai minat beli ulang serta menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa khususnya dalam bisnis makanan.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis untuk berbagai pihak diantaranya:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini akan membantu penulis untuk meningkatkan pemahaman terkait topik yang dipilih yaitu pengaruh kesadaran halal dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen cilok golden di Kecamatan Tawang Kota Tasikmalaya.

b. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen usaha dalam meningkatkan usahanya dan sebagai bahan evaluasi di masa mendatang.

c. Bagi masyarakat umum

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran tentang pentingnya memilih produk yang halal dan berkualitas.

Hal ini juga berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal seperti Cilok Golden yang telah memiliki sertifikasi halal dan menjaga kualitas produk.