

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

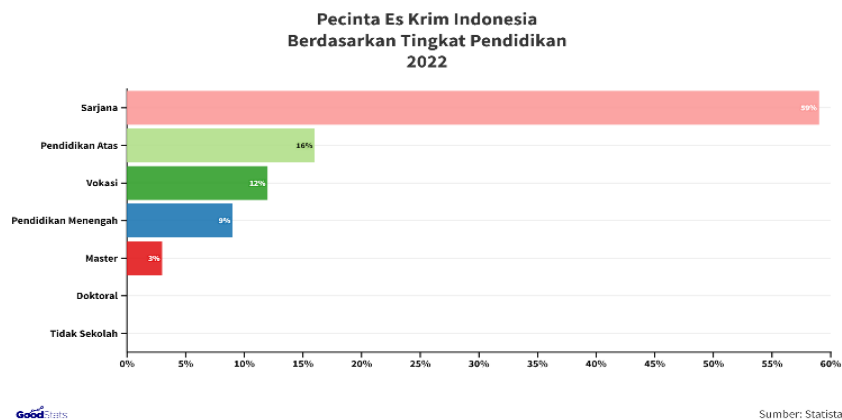
Ice cream merupakan salah satu jenis makanan ringan yang populer di seluruh dunia. Di Indonesia, ice cream juga menjadi makanan yang digemari oleh masyarakat, terutama pada saat cuaca panas. Pertumbuhan pasar di Indonesia mencerminkan pertumbuhan pasar di kawasan Asia. Yang menarik dari industri es krim ini adalah perpindahan konsumen es krim terbesar dari sebagian besar wilayah. Ada beberapa faktor yang menyebabkan kawasan Asia-Pasifik dan Asia Tenggara memiliki konsumsi es krim yang tinggi.¹

Faktor mendasar yang berkontribusi adalah pertumbuhan populasi yang telah diikuti oleh peningkatan daya beli di kawasan ini. Dalam kawasan Asia ini, cuaca yang cenderung panas memberikan dukungan yang ideal bagi konsumsi es krim. Selain itu, faktor usia juga berperan penting, dimana es krim umumnya disukai oleh kelompok usia yang lebih muda dan kedua wilayah Asia ini memiliki proporsi populasi yang besar pada kelompok usia ini.

Salah satu negara di kawasan Asia, yakni negara Indonesia dibuktikan dengan data pecinta ice cream berdasarkan tingkat pendidikan dibawah ini.

¹ <https://www.marketeers.com/lezatnya-potensi-pasar-es-krim-indonesia/>, diakses pada tanggal 9 Maret 2023 pukul 16.17 WIB

Gambar 1.1 Data pecinta ice cream



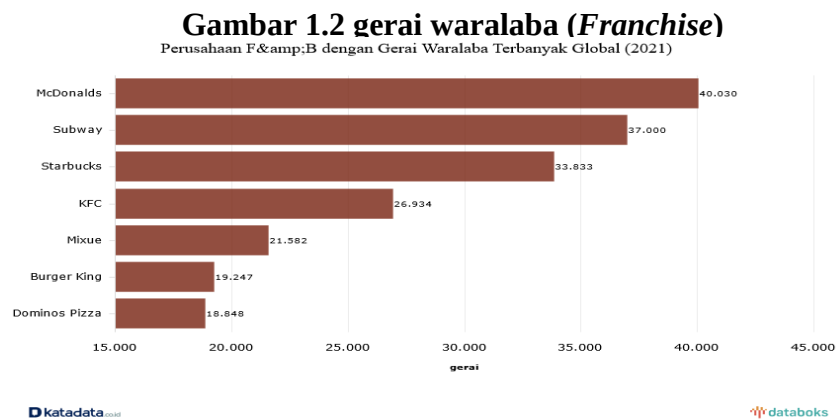
Sumber: *goodstats.id*, 2021.

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa masyarakat yang memiliki latar belakang sarjana cenderung lebih menyukai mengonsumsi es krim dibandingkan dengan tingkat pendidikan lainnya. Dalam survei ini, diketahui bahwa 59 persen dari total responden yang menyukai es krim memiliki pendidikan sarjana. Sementara itu, masyarakat dengan pendidikan atas dan vokasi mengikuti dengan persentase sebesar 16 dan 12 persen masing-masing.²

Selama beberapa tahun terakhir, industri es krim telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Baru-baru ini, Mixue Ice Cream and Tea telah menjadi sorotan di Indonesia. Mixue adalah perusahaan waralaba yang menawarkan minuman teh dan es krim bertekstur lembut. Merek es krim Cina ini didirikan pada tahun 1997 oleh Zhang Hongchao dan sekarang memiliki lebih dari 21.000 toko di seluruh dunia. , termasuk di Indonesia lebih dari 300

² Data Pecinta ice cream berdasarkan tingkat pendidikan, Diakses dari goodstats.id pada tanggal 12 maret 2023 pukul 23.30 WIB

cabang. Mixue memiliki rasa yang disukai oleh warga Indonesia yang menyukai makanan manis dan terjangkau. Kualitas rasa yang tinggi dan harga terjangkau telah membuat Mixue menjadi tujuan yang lebih populer bagi pelanggan dibandingkan dengan pesaingnya. Mixue es krim dan teh (Tionghoa: 蜜雪冰城; pinyin: *Mixuě Bīngchéng*) adalah perusahaan waralaba yang menjual soft ice cream dan minuman teh dari Zhengzhou, Henan, China dan didirikan pada Juni 1997 .



Sumber: *goodstats.id*, 2021.

Menurut laporan Momentum Works, perusahaan es krim dan minuman China Mixue memiliki 21.582 toko waralaba yang tersebar di berbagai negara pada tahun 2021, dan peningkatan toko Mixue diperkirakan akan mencapai 30.000 pada tahun 2022 dan 2023. Angka ini menjadikan Mixue sebagai perusahaan makanan dan minuman dengan waralaba terbanyak ke-5 di dunia.

Gambar 1.3 Logo brand Mixue



Sumber: *Wikipedia.org*

Mixue telah memulai kehadirannya di Indonesia mulai tahun 2020 dengan membuka gerai pertamanya di Cihampelas Walk, Kota Bandung. Saat ini, Mixue telah berhasil mengembangkan jaringan gerainya hingga mencapai lebih dari seribu titik di seluruh Indonesia. Popularitas Mixue semakin meningkat dan mendapatkan perhatian yang signifikan dari masyarakat Indonesia.³ Sejak masuk ke Indonesia pada tahun 2020, Mixue berkembang sangat pesat sebagai penjual es krim dan minuman teh. Brand asal China ini hak waralabanya dipegang oleh PT Zhisheng Pacific Trading. Sampai akhir Maret 2022, jumlah gerai Mixue di Indonesia mencapai [317 toko](#).⁴ Mengutip keterangan Mixue Indonesia yang diterima CNBC Indonesia, hingga saat ini Mixue memiliki lebih dari 1.000 toko retail, meski baru hadir di Indonesia selama dua tahun atau hingga 2020. Jumlah tersebut dipastikan akan tetap tinggi dan akan terus bertambah.⁵

Namun, Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah umat Muslim sebanyak 90%, menjadikan pentingnya menjaga dan menghormati nilai-nilai agama. Bagi umat Islam, pentingnya kehalalan produk sebagai kebutuhan

³ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Mixue_Ice_Cream_%26_Tea, diakses pada tanggal 8 Maret 2023 pukul 16.19 WIB

⁴ Data jumlah gerai Mixue dari 2020-2022, Diakses dari <https://intermezzo.id/> pada tanggal 28 maret 2023 pukul 21.57 WIB

⁵ Data gerai mixue, diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com> pada tanggal 12 maret 2023, pukul 22.00 WIB

setiap konsumen tidak dapat diabaikan. Sebagai konsumen, kita perlu mengadopsi sikap kritis dan selektif dalam memilih produk yang akan kita konsumsi. Labelisasi halal adalah penilaian terhadap produk yang mencakup kriteria halal sesuai dengan ajaran Islam, dan perusahaan yang mencantumkan label halal sudah melalui proses pelabelan halal yang telah dilakukan oleh MUI. Penggunaan label halal diatur berdasarkan Peraturan Kepala BPJPH No. 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal. Pada Rabu, 15 Februari 2022, Fatwa Presiden MUI, KH Asrorun Niam Sholeh, memastikan bahwa produk Mixue terbuat dari bahan yang suci dan prosesnya terjamin. Hal ini didasarkan pada pengamatan dan evaluasi laporan audit yang dilakukan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) LPPOM MUI.⁶

" Bahan-bahan produk Mixue memenuhi standar halal yang ditetapkan MUI, semua bahan yang digunakan halal dan suci, serta proses pembuatannya dijamin murni," jelasnya dikutip dari laman resmi MUI pada Jumat, 17 Februari 2023. Mixue mendapat sertifikasi halal dari MUI dengan nomor ID00410001326911122 atas nama PT. Zhisheing Pacific Trading, masa berlaku hingga 16 Februari 2027. Sebagai umat beragama, hal ini menjadi landasan bagi perilaku mereka untuk melakukan keputusan pembelian pada ice cream Mixue. Hal ini adalah kabar baik bagi pecinta Ice Cream & Tea Mixue. Karena Anda tidak perlu lagi khawatir dengan kualitas halal produk Mixue. Dengan banyaknya informasi yang diterima melalui media saat ini, arus

⁶<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6573752/sertifikat-halal-mixue-berlaku-hingga-16-februari-2027>. Di akses pada tanggal 4 maret pukul 19.07 WIB

informasi yang dimiliki konsumen akan meningkat dan mempengaruhi kebiasaan konsumsi mereka. Dalam al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 168 Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”.⁷

Makna dari ayat ini adalah bahwa Allah memerintahkan manusia untuk mengkonsumsi makanan yang halal, yaitu yang tidak diharamkan, baik dari segi bahan maupun cara mendapatkannya. Selain itu, makanan yang dikonsumsi harus berkualitas baik yaitu sehat, aman dan tidak berlebihan. Dengan dicantumkannya label halal, konsumen muslim akan terhindar dari konsumsi yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama. Oleh karena itu, setiap pengusaha yang bergerak dibidang kedai minuman harus menjaga nilai-nilai agama dengan memproduksi produk yang sesuai dengan nilai-nilai agama dan memenuhi keinginan konsumen yang semakin meningkat.

Dalam hal penentuan lokasi, penting bagi pemasar untuk memilih dengan cermat karena keputusan yang kurang tepat dapat mengakibatkan kegagalan bisnis sebelum memulainya. Memilih lokasi usaha adalah langkah penting bagi bisnis yang ingin menarik pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka. Terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan secara serius dalam

⁷ Surat Al-Baqarah Ayat 168, <https://quran.kemenag.go.id> Diakses pada tanggal 16 Maret 2023 pukul 00.41 WIB

menentukan lokasi pemasaran, terutama dalam perusahaan jasa, yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Faktor-faktor tersebut antara lain potensi pasar, kondisi lingkungan sekitar wilayah pemasaran, mobilitas kendaraan, ketersediaan tempat parkir, dan keberadaan organisasi atau usaha lain yang beroperasi di lokasi pemasaran. Saat ini, gerai Mixue telah ditempatkan di lokasi yang mudah diakses seperti minimarket pada umumnya, dan biasanya berlokasi dekat dengan area-area yang ramai seperti sekolah dan universitas. Hal ini memungkinkan pasar target seperti Siswa dan Mahasiswa untuk dengan mudah mengunjungi gerai tersebut. Gerai Mixue tersebar luas di banyak tempat, termasuk daerah-daerah kecil yang sering dikunjungi masyarakat. Perusahaan Mixue berhasil memperluas jangkauan produknya melalui berbagai kemitraan, yang memungkinkannya untuk memilih lokasi yang ramai dan strategis daripada lokasi yang mahal dan mewah. Faktor ini berperan dalam penyebaran cabang Mixue yang merata dan kesuksesan Mixue dalam membangun citra mereknya agar dikenal oleh banyak orang.

Namun, perilaku atau kebutuhan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh faktor gaya hidup. Di era modern saat ini, kebutuhan konsumen selalu terkait dengan tren gaya hidup yang sedang berlangsung. Fenomena ini dapat terjadi pada semua umur dan semua kelompok sosial. Perkembangan daya beli yang meningkat sering terjadi pada remaja. Untuk memahami gaya hidup konsumen, seseorang harus memperhatikan cara mereka hidup dan mewujudkan nilai-nilai yang mereka anut untuk memenuhi kebutuhan mereka. Meskipun gaya hidup konsumen dapat mengalami perubahan, perubahan tersebut bukan karena

adanya perubahan dalam kebutuhan dasar mereka. Pada dasarnya, kebutuhan tersebut tetap sama sepanjang kehidupan dan telah terbentuk sejak masa kanak-kanak. Perubahan tersebut terjadi karena nilai-nilai yang dianut konsumen dapat berubah akibat pengaruh lingkungan di sekitarnya.⁸

Dalam memilih produk, seseorang umumnya akan menilai kualitas dan rasa makanan sebelum memutuskan untuk menikmatinya. Khususnya dalam hal minuman, cita rasa memainkan peran krusial dalam menarik minat konsumen. Oleh karena itu, para pelaku bisnis minuman harus berusaha menciptakan rasa nikmat yang unik agar dikenal luas oleh masyarakat. Seperti halnya itu, Mixue perlu memperhatikan selera konsumen dan menawarkan variasi rasa yang menarik untuk menarik minat konsumen. Cita rasa yang kuat menentukan apakah produk tersebut layak untuk dikonsumsi atau tidak. Setiap produk minuman perlu memiliki kualitas cita rasa yang tinggi untuk menarik minat konsumen.

Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan adalah dengan melihat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian memiliki peran penting dalam perkembangan suatu perusahaan karena semakin banyak konsumen memilih untuk membeli produk atau layanan perusahaan, semakin besar peluang untuk menghasilkan keuntungan dan menjaga kepercayaan pelanggan. Keputusan pembelian tidak hanya memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan bisnis, tetapi juga dapat membantu perusahaan memperluas jangkauan dan

⁸ Ristiayanti Prasetyo dan John J.O.I Ihalaui, *Perilaku Konsumen*, Andi, Yogyakarta, 2005, hlm. 56.

meningkatkan kesetiaan pelanggan. Ada berbagai cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menarik konsumen memilih produknya, salah satunya adalah dengan menawarkan kualitas produk yang terbaik.

Menurut Kotler dan Keller, dalam karya tulis Ade Candra Gunawan dan Febri Susanti keputusan pembelian dipengaruhi oleh rangsangan pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi, dan promosi.⁹ Sementara dalam Pengambilan keputusan pembelian adalah proses mengidentifikasi suatu masalah, mencari informasi, mengevaluasi (*evaluating*) dan memilih produk pengganti, memilih saluran distribusi, dan mengambil keputusan tentang produk mana yang akan digunakan atau dibeli oleh konsumen.¹⁰ Penjual harus mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli untuk memilih suatu produk atau jasa. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut dalam strategi pemasaran mereka, Mixue dapat meningkatkan daya saing mereka di industri ice cream dan meningkatkan penjualan mereka. Sebetulnya ada faktor-faktor lain selain dari faktor ini, seperti faktor harga, faktor sosial, dan sebagainya. Namun, Untuk faktor keputusan pembelian yang menjadi pertimbangan peneliti yaitu label Halal, lokasi, gaya hidup dan selera agar lebih tepat sasaran dan memudahkan diskusi untuk mencapai tujuan penelitian. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang mendalam terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan

⁹ Ade Candra Gunawan dan Febri Susanti, "Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk kosmetik Maybelline Di Kota Padang", Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP, hlm. 2.

¹⁰ Siti Rosmayati, et.al., Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital, (Bandung: Widia Bakti Persada, 2020), hlm. 29.

pembelian konsumen terhadap Mixue.

Berdasarkan uraian di atas, Terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian produk ice cream Mixue, maka penulis ingin melakukan penelitian dan menyajikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul : **“PENGARUH LABELISASI HALAL, LOKASI, GAYA HIDUP DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ICE CREAM MIXUE (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA)”**.

B. Rumusan Masalah

- a. Apakah labelisasi halal, lokasi, gaya hidup dan cita rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?
- b. Apakah labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue pada ice cream mixue pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?
- c. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?
- d. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?
- e. Apakah cita rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun dilakukan penelitian ini, berdasarkan latar belakang masalah diatas adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah variabel labelisasi halal, lokasi, dan cita rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura
- b. Untuk mengetahui apakah variabel labelisasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura
- c. Untuk mengetahui apakah variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura
- d. Untuk mengetahui apakah variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura
- e. Untuk mengetahui apakah variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai sarana

pengembangan wawasan dan literatur kepustakaan terkait dengan kajian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan, wawasan serta mempraktekkan metode yang dipelajari dibangku perkuliahan dan referensi sekaligus sebagai pengembangan penelitian yang akan datang.

2) Bagi Akademisi Universitas

Penelitian ini diharapkan bisa membantu akademisi sebagai suatu literasi kampus dan digunakan untuk perbendaharaan perpustakaan UTM khususnya bagi mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura

3) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan literatur dan dapat menjadi referensi tambahan pada persepsi terhadap konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang lebih tepat sesuai kebutuhan Sistematis Pembahasan.

D. Sistematika Penulisan

Skripsi ini disajikan dalam 5 (lima) bab, setiap bab memiliki sub-bab yang merupakan isi dari bab-bab tersebut secara rinci. Oleh karena itu, sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan, terdiri dari latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Tinjauan Pustaka, penjabaran teori yang mendasari yang digunakan untuk penelitian, Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah labelisasi halal, lokasi, gaya hidup dan preferensi dan keputusan pembelian, kajian pustaka membahas penelitian sebelumnya untuk perbandingan dalam penelitian ini, kerangka teori dan hipotesis pada akhir penelitian bab .

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian, terdiri dari Jenis penelitian, variabel operasional, populasi, sampel, skala pengukuran, pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan akan menyajikan hasil analisis data yang telah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dan pembahasannya serta implikasi penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup menyajikan kesimpulan dan saran penelitian yang salah satunya diperuntukkan untuk penelitian selanjutnya.