

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya dan seninya dan sininya termasuk di bidang fashion. Hal tersebut membawa perkembangan industry fashion menjadi sangat pesat di Indonesia, bahkan bukan hanya di dalam negeri saja. Industry fashion juga ikut mempengaruhi tingkat perkembangan pasar internasional. Industry fashion bahkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan 32% dari total tenaga kerja atau kurang lebih 3,8 juta orang yang diciptakan oleh ekonomi kreatif.¹

Di Indonesia fashion selalu berkembang dalam setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari nilai ekspor produk fashion, di mana trendnya meningkat sebesar 10,48%, yaitu pada tahun 2012 dari US 11,28 Miliar, menjadi US\$ 16,24 Miliar.

Indonesia juga dikenal sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam. Hal ini diketahui dari data penduduk pada tahun 2010 ada 87,18% dari 237.641.326. Dalam Islam, telah diatur bagaimana cara mengenakan pakaian yang benar, baik kaum adam maupun kaum hawa. Oleh karena itu industry

¹ Jelita Aeni Herlambang, *pengaruh kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Zoya Bandung Indah Plaza*. Bandung: 2017. 1.

fashion menjadi peluang yang sangat besar bagi tenaga kerja dengan menyesuaikan fashion dengan aturan dalam islam.

Perkembangan fashion selalu mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun-tahun terakhir ini. Bahkan di Indonesia di canangkan menjadi kiblat fashion muslim di dunia pada tahun 2020. Yang mana hal tersebut diwacanakan oleh *Indonesia Islamic Fashion Consortium (IIFC)*. Karena mengingat bahwa industri busana muslim di Indonesia telah mengalami pertumbuhan sejak tahun 1990-an.²

Penggunaan busana muslim menjadi kebutuhan yang sangat urgent bagi setiap umat muslim, baik untuk fashion atau estetika. Disamping itu manusia manusia memiliki sifat keinginan untuk memiliki suatu barang tidak terbatas. Karena dalam fashion atau busana, seseorang selalu merasa ingin memiliki barang yang baru dengan model atau brand terbaru meskipun barang yang dimiliki masih bagus atau layak dipakai, terlebih bagi kaum hawa. Dan hal ini menunjukkan bahwa industry mode muslim dunia menjadi sangat penting untuk pengembangan bisnis fashion muslim di Indonesia.³

Perkembangan industry fashion menjadi peluang bisnis yang sangat besar pada masa ini. Sebuah *holding company* yang bergerak dibidang muslim fashion yaitu perusahaan Shafcho memperkenalkan produknya dengan brand Zoya pada tahun 2005 sebagai alternatif busana muslim yang berkualitas up-

² Nuraini, *Fesyen Muslim Indonesia*, (Jakarta: Warta Ekspor. 2015),.2.

³ Jelita Aeni Herlambang, *pengaruh kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Zoya Bandung Indah Plaza*. 1.

to-date untuk kalangan menengah. Zoya menampilkan koleksi bersifat ringan, *easy to wear, easy to match*, dalam desainnya lengkap dan warnanya, serta melengkapi muslimah indonesia dengan berbagai jenis busana yang selalu mengikuti tren dunia.⁴

Pada tahun 2016, zoya telah mengumumkan bahwa produknya telah mendapatkan sertifikasi halal dari LPPOM MUI. Zoya juga telah memperoleh penghargaan sebagai merek hijab terbaik sejak 2015 dalam ajang Best Brand Award dan Top Brand Indonesia.⁵

Tabel 1.1

Top Brand Busana Muslim

No	Merek	TBI
1	Rabbani	17,8%
2	Almadani	15,8%
3	Zoya	13.0%
4	Azka	9,4%
5	Attena	9,0%

Sumber: www.topbrand-award.com (data diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa hasil riset top Brand Award, produk busana muslim yang memiliki tingkat kesadaran merek paling tinggi adalah merek Rabbani dengan presentase 17,8%, sedangkan tingkat kesadaran

⁴ Ibid.,

⁵ Rizka Trisna Arianti, Hadi Purnama, *Komodifikasi Kata “Halal” Pada Iklan Hijab Zoya (Analisis Semiotika Sosial Van Leeuwen)* Vol. 2 No. 2. (2019). 32.

merek Zoya menduduki peringkat ke 3 dengan presentase 13% hal ini memperlihatkan bahwa Zoya harus melakukan strategi pemasaran yang lebih baik agar tingkat kesadaran merek pada produk busana muslim Zoya bisa lebih unggul dari pada pesaing.⁶

Dalam memilih sebuah produk, label halal merupakan salah satu cara yang dihasilkan produsen untuk menghilangkan keraguan dalam pikiran konsumen. Label halal juga membantu konsumen khususnya konsumen muslim untuk mengevaluasi produk dan meyakinkan sebuah produk akan kualitas produk tersebut.

Dan dalam surat Albaqarah 168 menjelaskan:⁷

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ
(168)

Artinya:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan karena itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Dimana dalam ayat diatas menunjukkan tentang aturan dalam mengkonsumsi suatu barang, tetapi perlu adanya aturan yang lebih spesifik lagi, karena perkembangan fashion muslim ini semakin pesat.

Dalam pasal 1 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dijelaskan bahwa produk adalah sebuah barang atau

⁶ www.topbrand-award.com

⁷ Q.S Al-Baqarah (01): 168, Al-Quran Terjemah Depag.

jasa yang berkaitan dengan makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, serta barang guna yang dipakai dan digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Sedangkan pengertian dari produk halal sendiri yaitu produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Dan salah satu fashion muslim jilbab di Indonesia yang sudah mendapatkan sertifikasi halal Indonesia dari lembaga MUI yaitu merek Zoya, yang terkenal dengan simbol Cantik, Nyaman dan Halal. Kerudung halal dan tidak halal itu dapat dibedakan dari bahan dan proses pembuatannya sebagaimana makanan.

Harga juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk menarik minat beli sebuah produk. Karena perbedaan kemampuan daya beli pada setiap orang berbeda-beda dan membuat adanya kelompok konsumen akan sensitif terhadap harga. Oleh karena itu, harga sering kali menjadi pertimbangan bagi sekelompok pembeli tertentu dalam mempengaruhi minat beli konsumen.⁸

Minat beli adalah tahap keinginan responden sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Melihat dari persaingan fashion muslim saat ini yang sangat ketat maka perusahaan berlomba-lomba untuk menarik minat konsumen muslim dengan adanya label halal di toko Zoya serta mengutamakan kualitas dan pelayanan yang baik, sehingga konsumen akan

⁸ Saiko Muhammad dkk “ Pengaruh Promosi, harga dan kualitas produk terhadap minat beli kerudung rabbani”.2. pada tanggal 28 november 2020

merasakan kepuasan dan bisa mendorong orang tersebut untuk melakukan keputusan pembelian.⁹

Karena ketertarikan konsumen untuk memiliki dan membeli produk dipengaruhi oleh dorongan dalam diri konsumen yang merupakan rangsangan baik dari luar maupun dari dalam diri konsumen. Sedangkan minat merupakan perilaku yang timbul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

Kemudian Pengambilan keputusan merupakan proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Karena pada dasarnya keputusan pembelian pada setiap orang adalah sama, tetapi setiap orang mempunyai proses keputusan pembelian yang berbeda-beda. Tahap-tahap itulah yang akan menghasilkan suatu keputusan untuk membeli atau tidak, setelah membeli konsumen akan merasa puas atau tidak. apabila konsumen puas, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen tidak merasa puas, maka akan Pindah ke merek lain.¹⁰

Menurut Kotler dan Keller proses keputusan pembelian terdiri dari lima

⁹ Arif Reza Maharama dan Noor Kholis "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek di Kota Semarang yang dimediasi Minat Beli sebagai variabel intervening" Ekobis Vol.19, No.2, JULI 2018. 206.

¹⁰ Jelita Aeni Herlambang, *pengaruh kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Zoya Bandung Indah Plaza*. 9.

bagian antaranya yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, mereka puas atau tidak terhadap produk tersebut.¹¹

Melihat permasalahan yang ada pada fashion muslim toko zoya pamekasan adalah tingkat persaingan dari berbagai macam produk bermerek seperti El Zatta, rabbani dan lain-lain maupun yang tidak bermerek, serta kenaikan penjualan yang fluktuatif dari tahun ke tahun. Sebagai produsen fashion muslim mendapatkan sertifikasi halal pertama di Indonesia tentunya lebih banyak menarik perhatian konsumen dibandingkan dengan merek yang lain.

Dengan dibuktikan bahwasanya penduduk Indonesia 67% mayoritas ber agama muslim serta melihat gaya trending fashion muslim semakin tinggi. Maka peneliti ingin lebih focus menemukan titik temu antara timbal balik label halal yang diwajibkan oleh pemerintah pada setiap produk di Indonesia, dengan minat penduduk muslim untuk menggunakan sesuai anjuran agama islam.serta daya mampu beli terhadap harga pada setiap konsumen berbeda sehingga timbul untuk melakukan keputusan pembelian.

Dalam hal ini peneliti megambil salah satu cabang Zoya Madura yaitu pamekasan yang merupakan pusat pembelanjaan yang berada disekitar kawasan alun-alun kota pamekasan. dimana lokasinya sangat strategis serta dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat dan angkutan kota.

¹¹ Nurul fatmawati, Evis Soliha, Kualitas Produk Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “ Honda”, Jurnal, Vol. 10 no. 1. 2017. 5.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti kali ini bertujuan untuk mengkaji Pengaruh Label Halal dan harga Terhadap minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian studi kasus produk fashion muslim di Toko Zoya Pamekasan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat di ambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh label halal terhadap minat beli pada produk fashion muslim di toko zoya Pamekasan?
2. Bagaimana Pengaruh harga terhadap minat beli pada produk fashion muslim di toko zoya Pamekasan?
3. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada produk fashion muslim di toko zoya Pamekasan?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk fashion muslim di toko zoya Pamekasan?
5. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli sebagai variabel intervening?
6. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli sebagai variabel intervening?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap minat beli pada produk fashion muslim di toko zoya pamekasan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli pada produk fashion muslim di toko zoya pamekasan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada produk fashion muslim di toko zoya pamekasan.
- d. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk fashion muslim di toko zoya pamekasan.
- e. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli sebagai variabel intervening.
- f. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli sebagai variabel intervening

2. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berharap bisa memberikan manfaat untuk beberapa pihak, khususnya pihak terkait diantaranya yaitu:

a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan baru bagi peneliti, sehingga dapat menerapkan teori yang sudah ada di peroleh dalam bangku perkuliahan dalam sebuah penelitian.

b. Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk pihak yang berminat terhadap bidang manajemen pemasaran khususnya Fakultas Keislaman pada bidang studi Ekonomi Syari'ah sehingga dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui bagaimana pengaruh label halal, harga dan kualitas terhadap minat beli konsumen. Informasi ini sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan untuk menjaga kepercayaan masyarakat pada produknya.

D. Kajian Pustaka

Dengan tujuan untuk memperoleh hasil penelitian yang maksimal, maka penulis akan memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang sudah terlaksana dan berkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Skripsi oleh Zela Anggraeni, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Yogyakarta (2017) dengan judul “ Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah ”. hasil penelitian menunjukkan bahwa Label halal, Kualitas Produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan dalam penelitian ini variabelnya X dan Y sama tapi yang membedakan adalah variabel Z yang menggunakan minat beli konsumen untuk mengetahui pengaruh langsung

dan tidak langsungnya terhadap variabel Y, serta objek penelitian yang berbeda.

2. Skripsi oleh sumiyati, Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura (2019) dengan judul “pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam melakukan transaksi di toko basmalah (studi kasus toko basmalah kamal bangkalan madura)” hasil dari peneitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel X yaitu label halal dan harga dan juga variabel Y yaitu keputusan pembelian konsumen, serta variabel Z yang menggunakan minat beli untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap variabel Y, serta objek penelitian yang berbeda.
3. Skripsi oleh Siti Maemonah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang (2017) dengan judul “Pengaruh merek dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk jilbab zoya (studi kasus pada konsumen di outlet produk jilbab zoya pamurasih semarang)”. Hasil penelitian menunjukan bahwa semakin tinggi citra merek dan lebelisasasi halal maka semakin tinggi keputusan pembelian. Berdasarkan hasil dari pegujian menunjukan bahwa variabel yang digunakan memenuhi kriteria pengujian yang digunakan. Adapun hasil dari regresi berganda adalah koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,527. Hal ini berarti 52,7% keputusan pembelian dapat dijelaskan

oleh variabel merek dan labelisasi halal, sedangkan 47,3% keputusan pembelian dapat dijelaskan dari variabel lain, selain kedua variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut. sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini adalah bukan labelisasi halal saja yg menjadi keputusan pembelian melainkan variabel yang digunakan adalah harga, kualitas produk dan label halal, variabel Y sama yaitu keputusan pembelian tapi yang membedakan dengan penelitian ini yaitu variabel Z yaitu minat beli yang mana untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori ini akan membahas teori-teori yang terkait dengan penelitian, seperti: Label Halal, Harga, Kualitas, Minat Beli, Fashion Muslim.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini membahas metode yang akan digunakan dalam penelitian, seperti: jenis penelitian, pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas secara umum objek penelitian, jawaban dari rumusan masalah dan pembahasan mengenai hasil temuan dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian yang telah di bahas dan berisi mengenai saran yang salah satunya di peruntukkan kepada peneliti selanjutnya agar menambah wawasan lebih luas mengenai objek yang di teliti atau menambah variabel dalam penelitian selanjutnya

