

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, menjadikan Indonesia memiliki potensi pasar produk halal yang menjanjikan¹. Berdasarkan data pada goodstats.id, pada tahun 2024 populasi muslim di Indonesia menempati posisi kedua dengan populasi muslim terbesar di dunia sebesar 236 juta jiwa atau sekitar 84,35% dari total nasional². Banyaknya masyarakat muslim di Indonesia tentunya berpartisipasi terhadap eksistensi halal sebagai bagian dari kebutuhan masyarakat dan gaya hidup. Tercatat pada data yang dirilis *Global Islamic Economy Indicator* bahwa Indonesia menduduki ranking 5³. [DataIndonesia.id](https://dataindonesia.id) mencatat posisi sektor halal food Indonesia berada pada peringkat kedua dunia sehingga Indonesia memiliki potensi untuk menjadi pasar utama perdagangan produk dan mengembangkan industri halal⁴.

Menurut [statista](https://statista.com) (2024), gaya hidup yang semakin sibuk menjadikan masyarakat cenderung lebih mengonsumsi makanan cepat saji untuk kenyamanannya. Hal tersebut memicu tantangan dan peluang bagi pelaku

¹ Mira Candra Purnama and Abdur Rohman, “Pengaruh Halal Awareness, Labelisasi Halal Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Lamongan,” *Jurnal Syariah Dan Hukum Islam* 9, no. 2 (2024): 278–95.

² Willy Yashilva, “Indonesia Menduduki Peringkat Kedua Dengan Populasi Muslim Terbanyak Di Dunia,” *GoodStats*, 2024, <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-menduduki-peringkat-kedua-dengan-populasi-muslim-terbanyak-di-dunia-HP1S0>.

³ Ahmad Makhtum and Muhammad Ersya Faraby, “Sertifikasi Produk Halal Untuk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Bangkalan,” *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2021): 99–108.

⁴ Monavia Ayu Rizaty, “Daftar Negara Dengan Skor Indikator Makanan Halal Tertinggi Di Dunia Pada 2023/2024,” *DataIndonesia.id*, 2024, <https://dataindonesia.id/varia/detail/daftar-negara-dengan-skor-indikator-makanan-halal-tertinggi-di-dunia-pada-20232024>.

usaha⁵. CEO lembaga penelitian Australia, Roy Morgan mengungkapkan sekitar 34,3% atau 55 juta penduduk Indonesia berusia 14 tahun ke atas memilih makan di restoran cepat saji dan keluarga. Restoran makanan cepat saji Internasional yang sudah mengantongi sertifikasi halal dan tak asing di telinga masyarakat menengah ke atas seperti KFC dan McDonald's. Terlepas dari brand Internasional tersebut, terdapat pula beberapa restoran makanan cepat saji nasional yang mampu bersaing dengan membidik masyarakat menengah ke bawah, seperti Richeese Factory, Ayam Geprek Sa'i dan Rocket Chicken⁶.

Tabel 1. 1 List Perusahaan Restoran Fast Food di Indonesia tahun 2024

No	Nama Restoran	Nama Perusahaan	Jumlah Gerai
1	McDonald's	PT. Rekso Nasional Food	300
2	KFC	PT. Fast Food Indonesia	715
3	Rocket Chicken	PT. Rocket Chicken Indonesia	1340
4	Ayam Geprek Sa'i	PT. Ukhuwah Berkah Semesta	300
5	Richeese Factory	PT. Richeese Kuliner Indonesia	250

Sumber: data diolah, 2024

Data di atas menunjukkan perkembangan restoran *fast food* Rocket Chicken di Indonesia berkembang sangat pesat. Banyaknya gerai yang didirikan oleh Rocket Chicken menunjukkan bahwasannya perusahaan mampu membidik pangsa pasar dengan tepat dan digemari oleh banyak masyarakat, tak terkecuali masyarakat Lamongan⁷. Meskipun terdapat beberapa restoran *fast food* di

⁵ Ken Sudarti and Salim BAKhrul Ulum, "PERAN SIKAP KONSUMEN DALAM MEMEDIASI PENGARUH RELIGIUSITAS DAN REPUTASI MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 20, no. 2 (2019): 48.

⁶ Devas Aprianta, Novika Wahyuastuti, and Aryan Eka Prastya Nugraha, "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Persaingan Terhadap Penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang," *Seminar Nasional Keindonesiaan IV*, 2019, 254–59.

⁷ Abdul Majid et al., "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan)," *Journal of Economics, Management, and Business Research* 2, no. 1 (2021): 214–26.

Lamongan kota, namun jumlah gerai Rocket Chicken ada 3 cabang dan paling banyak digemari oleh masyarakat dibandingkan dengan restoran *fast food* lain seperti Richeese Factory, KFC, dan Ayam Geprek Sa'i. Hal ini dapat dilihat dari survey yang telah dilakukan peneliti.

Tabel 1. 2 Pra Survey Membeli Produk Fast Food Penduduk Lamongan

No	Nama Restoran	Prosentase
1	KFC	2,1%
2	Rocket Chicken	56,3%
3	Ayam Geprek Sa'i	16,7%
4	Richeese Factory	25%

Sumber: pra survey via google form, 2024

Rocket Chicken Lamongan cabang 1 dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan gerai ini merupakan cabang pertama yang didirikan di Lamongan kota dan merupakan gerai yang paling ramai pembeli diantara 2 gerai lain meskipun saat ini mengalami masalah penurunan pembelian konsumen yang disebabkan banyaknya kompetitor. Tercatat pada tahun 2023 daya beli konsumen sebesar 58.200 kemudian pada tahun 2024 daya beli konsumen sebesar 48.901, padahal saat ini justru banyak masyarakat yang memilih mengkonsumsi makanan cepat saji. Fenomena ini mengkhawatirkan kelangsungan bisnisnya, terutama di gerai tersebut. *Repurchase intention* menjadi hal yang sangat penting untuk menentukan kepuasan pelanggan atas produk dan pelayanan yang diberikan. Kepuasan yang diperoleh konsumen

akan berdampak pada pembelian ulang yang merupakan hal yang diharapkan oleh pelaku bisnis untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya⁸.

Faktor pertama yang mempengaruhi *repurchase intention* adalah Religiusitas⁹. Mengingat mayoritas penduduk Lamongan beragama Islam, dimana tercatat pada Badan Pusat Statistik Kabupaten Lamongan, penduduk muslim di Lamongan mencapai 1.455.675 jiwa, maka masyarakat Lamongan tentunya memiliki karakteristik yang sangat religius¹⁰. Religiusitas individu yang tinggi cenderung akan bertindak sejalan dengan ajaran agamanya. QS-Al Baqarah ayat 168 yang memiliki arti “hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah langkah syaiton, karena sesungguhnya syaiton itu adalah musuh yang nyata bagimu”. Dalam konteks ini, individu muslim sudah sepantasnya akan selalu mengkonsumsi makanan yang halal dan baik (*halalan tayyiban*) sesuai anjuran agamanya, tak terkecuali penduduk Lamongan¹¹. Selain itu, dalam mengkonsumsi produk penduduk Lamongan akan memilih tempat makan yang bersih. Sebagai salah satu restoran *fast food* yang ada di Lamongan dan sudah bersertifikasi halal Rocket Chicken menjadi pilihan penduduk Lamongan dalam mengkonsumsi makanan dan minuman karena produknya sudah terjamin halal dan baik, dan memiliki lokasi yang bersih.

⁸ Nadila Alicia Putri, “Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Di Restoran Shabu Hachi,” *Skripsi: S1 Ekonomi, FEBI, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2024, 1–138.

⁹ Ananda Putra, “Pengaruh Brand Equity Dan Religiusitas Terhadap Repurchase Intention Pada Perusahaan Retail Berbasis Islam,” *Skripsi: S1 Ekonomi Islam, FIAI, UII*, 2018, 1–101.

¹⁰ “Penduduk Menurut Agama (Jiwa),” Badan Pusat Statistik Kabupaten Lamongan, n.d., <https://lamongankab.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjAyIzI=/penduduk-menurut-agama.html>.

¹¹ Putra, “Pengaruh Brand Equity Dan Religiusitas Terhadap Repurchase Intention Pada Perusahaan Retail Berbasis Islam.”

Sertifikasi halal diterbitkan oleh BPJPH untuk menetapkan kehalalan produk dan memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi telah memenuhi standar kehalalan¹². Sertifikasi halal juga merupakan upaya yang dilakukan untuk menggait konsumen melakukan *repurchase intention*. Konsumen muslim cenderung akan terus mengonsumsi produk yang terjamin kehalalannya. Oleh karenanya, adanya sertifikasi dan label halal yang tercantum pada produk telah digunakan oleh restoran luar negeri untuk menggait *repurchase intention* masyarakat Indonesia dimana mayoritas penduduknya beragama Islam¹³. Melalui sertifikat dan label halal, pelaku bisnis berupaya untuk meningkatkan penjualan serta memberikan rasa aman dan nyaman pada konsumen yang mengonsumsi produknya. Rasa aman dan nyaman konsumen akan mempengaruhi *repurchase intention* sehingga akan meningkatkan penjualan¹⁴. Meskipun Rocket Chicken Lamongan cabang 1 sudah bersertifikasi halal, namun terdapat permasalahan mengenai kurangnya pemberitahuan kehalalan produk, seperti label atau sertifikat halal yang tidak tertera di gerainya. Adapun pada platform Instagram juga terkadang pamflet yang diunggah terkadang terdapat logo halal dan terkadang tidak. Untuk itu, peneliti tertarik untuk menguji apakah dengan adanya sertifikasi halal produk

¹² Makhtum and Faraby, "Sertifikasi Produk Halal Untuk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Bangkalan."

¹³ Nanang Apriliyanto and Bonita Prabasari, "PERAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP MINAT BELI KEMBALI DENGAN MEDIASI KEPERCAYAAN," *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 6, no. 02 (2024): 304–13.

¹⁴ Purnama and Rohman, "Pengaruh Halal Awareness, Labelisasi Halal Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Lamongan."

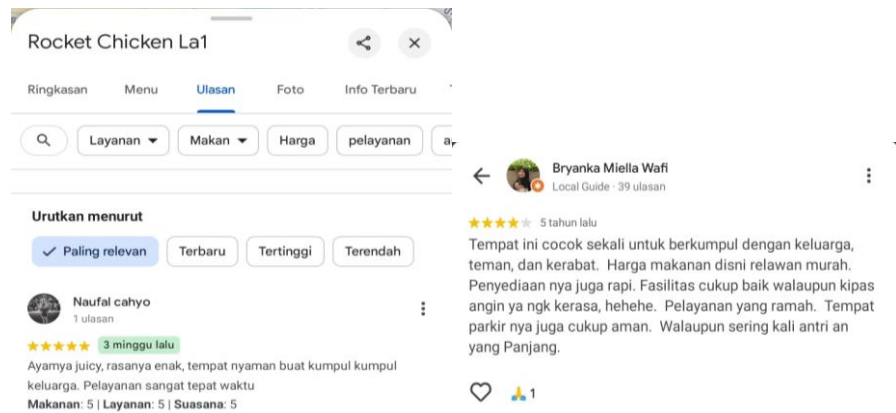
Rocket Chicken akan menjamin bahwa konsumen muslim akan membeli ulang produk tersebut atau tidak.

Lebih lanjut, faktor yang mempengaruhi *repurchase intention* yaitu kualitas pelayanan. Dalam persaingan pasar, pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang baik agar memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen akan datang lagi ke tempat tersebut dan membeli produk yang ditawarkan¹⁵. Untuk menggait banyaknya pembeli, bisnis restoran *fast food* sangat penting untuk mengelola kualitas pelayanannya¹⁶. Kualitas pelayanan yang baik oleh Rocket Chicken Lamongan cabang 1 seperti keramahan karyawan, kebersihan tempat makan, dan kecepatan pelayanan menjadi faktor penentu kepuasan konsumen. Lokasi yang luas dan memiliki 2 lantai serta dilengkapi dengan fasilitas full AC sehingga cocok digunakan untuk berbagai acara keluarga memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk terus datang ke lokasi. Hal ini didukung dengan ulasan google review berikut:

¹⁵ Dina Arista Komalasari, "PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, HARGA, LOKASI, PROMOSI, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN MUSLIM (Studi Kasus Pada Gerai Mixue Di Yogyakarta)," *Skripsi: S1 Ekonomi Islam , FIAI, UII UISA*, 2023, 1–80.

¹⁶ Salim Al Idrus, *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian: Konsep Dan Teori* (Media Nusa Creative, 2019).

Gambar 1.1 Ulasan Google Review Rocket Chicken Lamongan cabang 1



Sumber: google maps, <https://maps.app.goo.gl/xrEYAw4w7zeTQWn86>

Penelitian yang dilakukan oleh Tulus Ananda (2021), Sani kautsar Ibadurrahman dan Hariyadi Triwahyuni Putra (2024), dan Ananda Putra (2018) dimana hasil penelitian menunjukkan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, sedangkan Marsanda Arsita dan Ahmad Nizam (2023) memperoleh hasil penelitian religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Dina Arsita Komalasari (2023) hasil penelitian menunjukkan sertifikasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang. Perbedaan hasil penelitian oleh Resa Nurlaela Anwar dan Fiska Ananda Wardani (2021), dan Desi Peburiyanti dan Sabran (2020) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, sedangkan penelitian yang dilakukan Budi Lestari dan Ivo Novitaningtyas (2021) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Penelitian tersebut mengindikasikan adanya inkonsistensi hasil penelitian variabel religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention*. Selain itu penelitian

sebelumnya seringkali hanya berfokus pada satu atau dua aspek variabel saja, sedangkan pada penelitian ini akan mengkombinasikan tiga variabel penting, yaitu religiusitas, sertifikasi halal, dan kualitas pelayanan, yang belum banyak dibahas secara simultan. Penelitian ini memperluas cakupan dengan melihat bagaimana ketiga faktor tersebut mempengaruhi *repurchase intention*. Adapun pada penelitian sebelumnya masih minim literatur terkait penelitian yang meneliti di Rocket Chicken Lamongan.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh religiusitas, sertifikasi halal, dan kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention* di Rocket Chicken Lamongan cabang 1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Rocket Chicken Lamongan cabang 1 untuk meningkatkan *repurchase intention* sehingga kelangsungan bisnis tetap bertahan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, terdapat beberapa masalah yang bisa diidentifikasi sebagai berikut:

1. *Repurchase intention* perlu menjadi perhatian yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha karena menunjukkan loyalitas konsumen sehingga akan berimpact pada majunya usaha yang dijalankan. Meskipun Rocket Chicken Lamongan cabang 1 selalu ramai pembeli, namun hal tersebut tidak selalu mencerminkan tingkat loyalitas atau *repurchase intention* yang tinggi.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Tulus Ananda, Sani kautsar Ibadurrahman dan Hariyadi Triwahyuni Putra, dan Ananda Putra memperoleh hasil bahwa

Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Akan tetapi, hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marsanda Arsita dan Ahmad Nizam yang memperoleh hasil penelitian bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Perbedaan hasil penelitian ini menarik untuk diuji kembali dengan populasi dan lokasi yang berbeda.

3. Mengenai sertifikasi halal pada Rocket Chicken Lamongan cabang 1 label halal atau sertifikat halal tidak dipajang di *restaurant*-nya. Adapun pada platform Instagram juga terkadang pamflet yang diunggah terkadang terdapat logo halal dan terkadang tidak. Meskipun demikian Rocket Chicken Lamongan cabang 1 ini selalu ramai pembeli, oleh karenanya peneliti tertarik untuk mengetahui apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap *repurchase intention*.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Resa Nurlaela Anwar dan Fiska Ananda Wardani., dan Desi Peburiyanti dan Sabran menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Budi Lestari dan Ivo Novitaningtyas menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Dalam hal ini belum ada informasi yang jelas apakah kualitas pelayanan berkontribusi signifikan terhadap *repurchase intention* atau ada faktor lain yang lebih dominan.

Penelitian ini berfokus pada tiga variabel independen yaitu religiusitas, sertifikasi halal dan kualitas pelayanan dalam pengaruhnya terhadap variabel dependen *repurchase intention* di Rocket Chicken Lamongan cabang 1.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian spesifik dan fokus serta untuk membatasi permasalahan yang akan diteliti. Penulis membuat batasan variabel yang diteliti sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini hanya dibatasi pada pengaruh religiusitas, sertifikasi halal, dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen terhadap variabel dependen yaitu *repurchase intention*.
2. *Repurchase intention* didefinisikan sebagai orang yang memiliki keinginan untuk membeli kembali berdasarkan pengalaman pembelian sebelumnya.
3. Menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui laporan penjualan dari Rocket Chicken Lamongan cabang 1 dan penyebaran kuesioner pada konsumen Rocket Chicken Lamongan cabang 1

D. Rumusan Masalah

1. Apakah religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap *repurchase intention* Di Rocket Chicken Lamongan cabang 1?
2. Apakah sertifikasi halal secara parsial berpengaruh terhadap *repurchase intention* di Rocket Chicken Lamongan cabang 1?
3. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap *repurchase intention* di Rocket Chicken Lamongan cabang 1?

4. Apakah religiusitas, sertifikasi halal, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap *repurchase intention* di Rocket Chicken Lamongan cabang 1?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap *repurchase intention* di Rocket Chicken Lamongan cabang 1.
2. Untuk mengetahui apakah sertifikasi halal secara parsial berpengaruh terhadap *repurchase intention* di Rocket Chicken Lamongan cabang 1.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap *repurchase intention* di Rocket Chicken Lamongan cabang 1.
4. Untuk mengetahui apakah religiusitas, sertifikasi halal, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap *repurchase intention* di Rocket Chicken Lamongan cabang 1.

2. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan serta kontribusi bagi ilmu pengetahuan sehingga dapat

dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam konteks makanan halal, dan terkhusus di bidang pemasaran, yaitu pada kualitas pelayanan, sebagaimana penulis yang menjadikan penelitian terdahulu sebagai bahan rujukan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti secara langsung mengenai permasalahan perilaku konsumen dan bidang pemasaran, kemudian peneliti diharapkan menerapkan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.

b. Bagi Rocket Chicken Lamongan cabang 1

Melalui penelitian ini diharapkan Rocket Chicken Lamongan cabang 1 mampu mengutamakan prinsip-prinsip Islam dalam menjalankan bisnisnya, dengan diketahuinya pengaruh dari beberapa variabel tersebut Rocket Chicken Lamongan cabang 1 dapat mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menciptakan ide kreatif terkait religiusitas, sertifikasi halal dan pelayanan bisnisnya supaya loyalitas konsumen lebih meningkat sehingga dapat meningkatkan profitabilitas.

c. Bagi masyarakat

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan kepada masyarakat tentang pentingnya mengkonsumsi makanan yang halal dan baik, pentingnya produk dengan sertifikasi halal, dan mengetahui tentang kualitas pelayanan di Rocket Chicken Lamongan cabang 1.