

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro tergolong usaha marginal, ditandai dengan penggunaan teknologi yang relatif sederhana, serta cenderung berorientasi pada pasar lokal. Namun demikian di beberapa negara menunjukkan bahwa usaha mikro berperan cukup besar bagi pertumbuhan ekonomi, menyerap tenaga kerja melalui penciptaan lapangan pekerjaan, menyediakan barang dan jasa, serta mengatasi masalah kemiskinan. Usaha mikro bersama usaha kecil mampu bertahan menghadapi krisis ekonomi. Indikasinya dapat dilihat dari peranan usaha mikro itu sendiri dan dapat dilihat dari kontribusinya dalam ekspor-non migas, penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang cukup besar.¹

Sebagai pedoman awal pendiri usaha dibawah binaan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) dan memperoleh legalitas usaha (Badan Hukum Usaha) dari menteri koperasi pengusaha kecil menengah, dinas badan koperasi dimasing-masing propinsi maupun kabupaten atau kota. PINBUK merupakan satu-satunya lembaga yang telah mendapatkan persetujuan dari Bank Indonesia (BI) untuk membina, mengawasi dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diseluruh Indonesia. UMKM merupakan usaha yang bergerak di bidang pembuatan produk diantaranya olahan makanan dan minuman. Produk olahan makanan dan minuman di Indonesia

¹Media Indonesia, *Dimensi Dalam Krisis Ekonomi*, (Jakarta : Demografi UI, 2008)

sangat bervariasi. Dengan pangsa pasar yang besar, perusahaan memberikan produk yang sangat bervariasi terutama untuk kalangan ekonomi menengah kebawah. Daya beli konsumen di Indonesia berbanding terbalik dengan besarnya ekonomi/pendapatan yang diterimanya.

Kesadaran konsumen untuk mengkonsumsi produk halal sekarang semakin meningkat. Semakin tinggi kesadaran masyarakat kita dalam mengkonsumsi produk halal tidak hanya berkualitas tetapi juga terjamin kesehatannya. Pemerintah juga berharap kesadaran mengkonsumsi juga harus diimbangi dengan kepastian bagi pelaku usaha. Dengan semakin meningkatnya kepandaian konsumen di Indonesia, konsumen Indonesia juga meminta adanya labelisasi halal pada produk kemasan olahan makanan/minuman. Kepedulian konsumen pada makanan halal yang makin meningkat patut mendapat apresiasi. Namun, apresiasi pelabelan produk halalpun belum cukup jika tanpa mengetahui kualitas bahan makanan/minuman yang hendak dikonsumsi.

Terkait dengan hal demikian, keamanan produk olahan makanan/minuman yang sangat beragam dan kompleks sulit untuk diidentifikasi. Status halal dan haram pada makanan dan minuman relatif tidak menjadi sangat kompleks dampaknya sebelum teknologi pengolahan pangan belum berkembang. Akan tetapi produk pangan halal pada saat ini menjadi fokus utama dalam pemilihan produk pangan saat pembelian. Makanan yang halal dan baik merupakan syarat penting untuk kemajuan produk-produk pangan lokal di Indonesia khususnya agar dapat bersaing dengan produk lain

baik di dalam maupun di luar negeri. Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya adalah muslim. Makanan/minuman yang halal menjadi syarat utama terhadap makanan/minuman yang dikonsumsi oleh konsumen yang beragama Islam. Dengan demikian peluang pasar untuk pangan halal dan baik sangat terbuka luas dan menjanjikan. Dengan adanya pencantuman label halal konsumen muslim jadi terlindungi. Pencantuman label halal merupakan sarana informasi dari produsen ke konsumen mengenai produk yang akan dijualnya. Jadi konsumen benar benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera dikemasan. Pelabelan yang benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku akan membentuk terciptanya perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab. Sehingga akan memudahkan dalam pengawasan keamanan pangan dan melindungi konsumen dari persepsi yang salah.

Sekarang ini konsumsi makanan dan minuman seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi makanan dan minuman halal yaitu agama, ras, pengetahuan, persepsi dan lain-lain. Agama dan suku tertentu memiliki perintah dan larangan untuk mengkonsumsi makanan/minuman tertentu. Demikian pula agama Islam yang memiliki aturan makanan halal dan menghindari makanan haram, sehingga faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli makanan dan minuman.

Di Indonesia trend dan potensi perdagangan dalam bidang makanan dan minuman halal makin meningkat dari tahun ketahun. Saat ini produk-

produk halal semakin diminati dipasar. Umat muslim di Indonesia tahun 2013 mencapai 25% dari populasi global, menginginkan jaminan kehalalan dari segala produk yang mereka gunakan. Populasi muslim terbesar di dunia terdapat di Indonesia, yaitu 12,7 % dari muslim di dunia, di ikuti oleh pakistan (11,0%), India(10,9 %) dan Banglades (9,2%).²Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar didunia juga memiliki perhatian mengenai masalah kehalalan makakanan yang saat ini semakin berkembang. Bahkan, permintaan produk halal diseluruh dunia tidak terbatas pada umat muslim saja, melainkan para konsumen non-muslim juga.

Label halal diterapkan sejak lama di Indonesia, tetapi dari data Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pada tahun 2014 permintaan produk halal sebanyak 145.198 produk yang sudah berlabel halal. Pada tahun 2015 permintaan produk halal sebanyak 16.040 atau sekitar 20% dari industri makanan/minuman yang menerapkan penggunaan label halal dalam produk makanannya.³ Disisi lain, kesadaran konsumen di Indonesia dalam memilih makanan/minuman halal dianggap masih rendah. Hal ini mungkin disebabkan karena kurangnya pengetahuan tentang makanan halal. Kesempatan ini menjadi sebuah potensi yang sangat produktif khususnya bagi produk-produk yang menjadi konsumsi masyarakat sehari hari. Produk pangan menjadi penggerak utama dalam perkembangan ekonomi di Indonesia. Di Indonesia yang mayoritas muslim, produk halal sangat menjadi pilihan konsumen saat

²<http://pew-research-center-religion-and-public-2010>

³<http://Data-Produk-Berlabel-Halal.LPPOM-MUI/> Diunduh Tanggal 22 Agustus 2018.

ini.⁴ Tidak heran jika saat ini penduduk Indonesia sangat kritis atas kehalalan suatu produk makanan/minuman. Latar belakang itulah yang menjadi tugas dari Badan Pengawasan Produk Obat Dan Makanan (BPOM) dan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan (LPPOM-MUI) dalam menjamin produk melalui proses sertifikasi halal.

BPOM mengawasi produk yang beredar dimasyarakat dengan cara memberikan persetujuan, pencantuman tulisan/logo halal pada label berdasarkan sertifikat halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI dan telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran Islam, atau produk tersebut telah menjadi produk kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen muslim.⁵ Susilo Bambang Yudoyono juga menerbitkan sertifikasi halal kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

BPJPH merupakan lembaga yang pembentukannya merupakan amanat dari undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). UU JPH yang disahkan oleh presiden Susilo Bambang Yudoyono pada tanggal 17 Oktober 2014, mengamanatkan pembentukan BPJPH paling lambat tiga tahun setelah UU disahkan atau pada tahun 2017. Jadi UU 33/2014 memberikan payung hukum terhadap sertifikasi halal yang selama ini tidak memiliki regulasi.⁶

⁴Yaqub AM. *Kriteria Halal-Haram untuk Pangan, Obat dan Kosmetika Menurut Al-Quran dan Hadis*. (Jakarta (ID): Pustaka, 2008), Hal. 80

⁵[LPPOM MUI]. *Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. Jurnal Halal MUI*. (Jakarta: LPPOM MUI, 2010.)

⁶Anonim d. *RUU JPH Disahkan jadi UU*. <http://halalmui.org>. diakses pada 24 Agustus 2018 pukul 19.18

Wewenang BPJPH antara lain merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH, menetapkan norma, standar, prosedur dan kriteria JPH, menerbitkan dan mencabut sertifikat halal pada produk luar negeri, serta melakukan registrasi sertifikat halal bagi produk luar negeri. Sertifikat halal wajib untuk seluruh produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia, mulai lima tahun sejak UU JPH diberlakukan, atau efektif pada tahun 2019.

Secara khusus pola konsumsi Kabupaten Tulungagung dipengaruhi oleh tingginya permintaan konsumen akan produk halal dan itu menjadi tolak ukur utama konsumen muslim dalam proses pemilihan produk-produk makanan dan minuman. Kita bisa melihat dari konsumen yang biasanya datang ke Pusat Layanan Usaha Terpadu Kreatif Usaha Mikro Kecil Menengah (PLUT-KUMKM) untuk membeli dan melihat-lihat produk UMKM dari kalangan anak SMA, dan kebanyakan ibu-ibu rumah tangga. Ketidakinginan masyarakat untuk mengkonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan keterlibatan yang lebih tinggi dalam proses pemilihan produk.⁷ Dengan demikian akan ada produk yang dipilih untuk dikonsumsi dan produk yang disisihkan akibat adanya proses pemilihan tersebut. Proses pemilihannya sendiri akan menjadikan kehalalan sebagai parameter utamanya. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk pada makanan dan minuman untuk memasuki pasar masyarakat Tulungagung. Konsumen sendiri bukan tanpa kesulitan untuk memilih produk-

⁷ Abadi T. *Tim Pengkajian Hukum tentang Peran Serta Masyarakat dalam Pemberian Informasi Produk Halal.* (Jakarta (ID): Kemenhum dan HAM.2011)

produk yang mereka konsumsi menjadi produk dalam kategori halal dan haram.

Perilaku konsumen dalam mengkonsumsi produk halal dapat dilihat dari seberapa sering mereka mengkonsumsi produk yang telah ada label halal, seberapa sering mereka mengkonsumsi produk yang telah ada label halal, seberapa sering mengkonsumsi produk halal dan mencegah orang lain untuk mengkonsumsi produk tidak halal. Selain faktor pengetahuan atas produk halal, persepsi masyarakat mengenai pentingnya kehalalan itu sendiri dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen.⁸ Persepsi dapat berupa keyakinan yang tinggi atas pentingnya mengkonsumsi produk halal.

Faktor yang mempengaruhi peningkatan permintaan produk halal dapat dilihat dari tinggi rendahnya pengetahuan dan persepsi konsumen Tulungagung terhadap produk halal tidak terlepas dari aktifitas keagamaan yang mereka lakukan. Semakin rajin konsumen Tulungagung mencari informasi mengenai produk halal maka secara alami akan meningkatkan pengetahuan dan persepsi dan sikap terhadap produk halal. Faktor lingkungan seperti dorongan keluarga, agama, ikut berperan dalam menentukan tingkat pengetahuan dan persepsi terhadap produk halal.⁹

Disisi lain, penelitian mengenai produk halal yang melibatkan masyarakat Tulungagung sangat penting dilakukan karena masyarakat adalah konsumen yang akan membeli produk halal tersebut, sehingga jika mereka

⁸Endang S.Soesilowati. *Perilaku Konsumsi Muslim Dalam Mengkonsumsi Makanan Halal.* (Banten: Graha LIPI, 2010)Vol.6

⁹<http://duniabaca.com/definisi-pengetahuan-serta-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-pengetahuan.html>.diakses pada 4 Agustus 2018 pukul 19.30

tidak memiliki preferensi spesifik makanan halal, maka produk halal tidak akan bisa berkembang. Di Tulungagung, preferensi konsumen terhadap berbagai atribut produk makanan/minuman halal yang diproduksi dan dijual dipasaran telah dilakukan. Penelitian ini difokuskan pada faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk berlabel halal, karena konsumen muslim membutuhkan jaminan bahwa makanan yang mereka beli benar-benar halal. Pada penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian di Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.

Wisata edukasi yang cukup eksis yaitu Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty ini berlokasi di Desa Notorejo, Kecamatan Gondang, Tulungagung. Edukasi itu sendiri ialah suatu proses pembelajaran dimana bertujuan untuk memperbaiki potensi diri dari peserta didik. Sebab awalnya dulu kampung susu ini ialah suatu peternakan sapi dan kuda. Seiring dengan berjalannya waktu jumlah sapi untuk saat ini sekitar 40 ekor dan jumlah kuda 5 ekor. Sapi tersebut menghasilkan susu berliter-liter, sehingga pemilik berfikir untuk mendirikan suatu wisata tersebut. Suasana disekitar Kampung Susu Dinasty cukup indah, pemilik berusaha untuk membuat pemandangan menarik seperti terdapat bunga-bunga disekililingnya, wahana permainan anak-anak, peternakan kucing dan kelinci, tempat penyewaan kuda, tempat duduk yang terbuat dari bambu/rumah gubuk dan masih banyak lagi. Tidak hanya itu saja, tetapi juga menyediakan produk olahan dari susu segar yaitu susu sapi. Per botol susu dijual dengan beraneka ragam serta berbagai varian rasa yaitu original, cokelat, stroberi, melon, mocca dan blueberry. Misal botol

kecil harga Rp. 8.000; per botol, botol sedang harganya berkisar antara Rp. 15.000; - Rp. 20.000. Kampung Susu ini sendiri sebenarnya adalah Usaha Kecil Menengah (UKM) Kreatif yang pada tahun 2015 yang lalu dikembangkan menjadi lokasi wisata edukasi berbasis peternakan. Sekarang menjadi destinasi wisata yang banyak disasar traveler. Saat pulang dari destinasi wisata satu ini, juga bisa memboyong pulang susu-susu yang sudah dikemas ke dalam botol. Jadi praktis, segar dan menyehatkan.

Dengan adanya pemberian label halal pada kemasan susu Dynasty akan memudahkan konsumen untuk mengidentifikasi produk pangan sehingga meskipun tanpa pengetahuan yang mendalam tentang bahan tambahan makanan/minuman yang memungkinkan menggunakan bahan haram, konsumen akan merasa aman ketika mengkonsumsi makanan yang telah berlabel halal. Label halal merupakan syarat bagi produk yang telah sesuai Standar Negara Indonesia (SNI).

Produk tersebut yang akan diteliti, dikarenakan minuman jenis ini merupakan minuman yang paling digemari oleh masyarakat sejak dulu. Susu juga memiliki kandungan gizi yang tinggi. Dalam proses produksinya juga tidak menggunakan bahan campuran yang dilarang oleh ajaran islam atau bahan haram yang dapat membahayakan konsumennya. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis yang dipertimbangkan masyarakat dalam keputusan pembelian produk pangan berlabel halal yang sangat diperlukan. Hal lain yang diharapkan adalah mendapatkan informasi sejauh mana pengetahuan dan

tingkat kesadaran masyarakat Tulungagung dalam memilih makanan/minuman halal.

Dengan pemaparan yang telah diuraikan diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian mendalam tentang “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis Dan Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal Pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini peneliti ingin mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Masih rendahnya pengetahuan produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.
2. Persepsi konsumen tentang produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.
3. Minat konsumen membeli produk susu pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.
4. Produk susu dari Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung masih kalah pamor dibanding produk susu lain.
5. Kurangnya metode pemasaran dalam memasarkan produk susu pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.
6. Sikap atau perilaku konsumen memilih produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung?
4. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung?
5. Apakah faktor bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung ?
6. Apakah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor bauran pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung ?

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh signifikan faktor budaya terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.

2. Mengetahui pengaruh signifikan faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.
3. Mengetahui pengaruh signifikan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.
4. Mengetahui pengaruh signifikan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.
5. Mengetahui pengaruh signifikan faktor bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.
6. Mengetahui pengaruh signifikan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor bauran pemasran secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini antara lain dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang perilaku konsumen, khususnya tentang faktor-faktor yang dipertimbangan konsumen dalam pembelian produk berlabel halal.

2. Kegunaan Praktis

- 1) Bagi pihak Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan bagi pelaku bisnis dalam mengetahui pentingnya labelisasi halal pada suatu produk
- 2) Bagi pihak akademik diharapkan dapat digunakan untuk perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai referensi sekaligus sebagai pengembangan penelitian yang akan datang.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan

Ruang lingkup penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang variabel-variabel yang diteliti, membatasi permasalahan yang akan diteliti dan lokasi penelitian sehingga tidak menyimpang dari tujuan yang dikehendaki. Adapun ruang lingkup dan keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya meneliti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor bauran pemasaran yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian produk berlabel halal.
2. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Pengaruh

Istilah pengaruh dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk

watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.¹⁰ Sedangkan dalam ilmu statistik, pengaruh adalah hubungan antara dua variabel.¹¹

b. Budaya

Istilah budaya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti 1) pikiran; akal budi: *hasil --*; 2) adat istiadat: *menyelidiki bahasa dan --*; 3) sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang (beradab, maju): *jiwa yang --*; 4) sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sudah sukar diubah.¹²

c. Sosial

Istilah sosial dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti 1) berkenaan dengan masyarakat: *perlu adanya komunikasi -- dalam usaha menunjang pembangunan ini*; 2) suka memperhatikan kepentingan umum (suka menolong, menderma, dan sebagainya): *ia sangat terkenal dan -- pula*.¹³

d. Pribadi

Istilah pribadi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti 1) manusia sebagai perseorangan (diri manusia atau diri sendiri): *kritik itu ditujukan kepada orang itu sebagai ketua, bukannya sebagai --*; *pendapat --* , pendapat sendiri, bukan pendapat orang lain; *pengawal --* , pengawal untuk diri sendiri; *sekretaris --* , sekretaris untuk diri sendiri;

¹⁰ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hal 849.

¹¹ Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2009), hal 849.

¹² Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia ...* hal 326.

¹³ *Ibid ...* , hal 559.

2) keadaan manusia sebagai perseorangan; keseluruhan sifat-sifat yang merupakan watak orang.¹⁴

e. Psikologis

Istilah psikologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti ilmu yang berkaitan dengan proses mental, baik normal maupun abnormal dan pengaruhnya pada perilaku; ilmu pengetahuan tentang gejala dan kegiatan jiwa.¹⁵

f. Bauran Pemasaran

Menurut Sumarmi dan Soeprihanto pengertian bauran pemasaran adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Dengan kata lain definisi marketing mix adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen.¹⁶

g. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Dengan adanya berbagai pilihan yang ditawarkan konsumen dapat mengambil keputusan yang terbaik dari yang ditawarkan.¹⁷

¹⁴ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hal 897.

¹⁵ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia ...*, hal 946.

¹⁶ Sumarmi dan Soeprihanto, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: CV Alfabeta, 2010) hal 274

¹⁷ Schiffman Leon dan Kanuk Leslie Lazar, *Perilaku Konsumen Edisi 7*, terj. Zoelkifli Kasip, (Jakarta: PT Indeks, 2008) hal 485.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi variabel secara operasional, secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah- istilah dalam judul skripsi. Maka definisi operasional yang perlu dijelaskan yaitu:

a. Pengaruh

Jika dikaitkan dengan judul diatas maka dalam hal ini faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis dan bauran pemasaran akan memberikan hubungan pengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap pembelian produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung

b. Budaya

Budaya dalam penelitian ini yaitu kebiasaan yang sukar diubah dilakukan oleh masyarakat untuk membeli suatu produk yang berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.

c. Sosial

Sosial dalam penelitian ini yaitu perlu adanya komunikasi yang baik antara perusahaan dengan masyarakat dan saling tolong menolong dalam usaha pembangunan dan perkembangan pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.

d. Pribadi

Pribadi dalam penelitian ini yaitu merupakan keyakinan atas diri sendiri tentang produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung.

e. Keputusan pembelian

Keputusan dalam penelitian ini adalah suatu proses menentukan pilihan oleh konsumen dalam memilih produk berlabel halal pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung

H. Sistematika Skripsi

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami maksud dan isi pembahasan penelitian, berikut ini penulis kemukakan sistematika penyusunan skripsi yang terdiri dari tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

Bagian awal, terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman motto, halaman persembahan, prakata, halaman daftar isi, halaman tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran dan halaman abstrak.

Bagian utama atau inti, terdiri dari enambab dan masing-masing bab berisi sub-sub bab, antara lain:

Bab I : Pendahuluan, meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

Bab II : Landasan Teori, terdiri dari: Kerangka Teori, Kajian Penelitian Terdahulu, Kerangka Berfikir Penelitian, Hipotesis Penelitian.

Bab III : Metode penelitian, meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian.

Bab IV : Hasil penelitian, yang berisi diskripsi karakteristik data pada masing-masing variabel dan uraian tentang hasil pengujian hipotesis.

Bab V : Pembahasan, yang berisi temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian.

Bab VI : Penutup, yang berisi kesimpulan dan saran.

Bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, suratpernyataan keaslian, dan daftar riwayat hidup.¹⁸ Demikian sistematika pembahasan dari skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis Dan Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal Pada Wisata Edukasi Kampung Susu Dinasty Tulungagung”

¹⁸Tim Penyusun Buku Pedoman Penyusunan Skripsi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Pedoman Penyusunan Skripsi. (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2016), hal. 33