

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dengan bertambahnya aktivitas, kesibukan dan perubahan pola hidup, menyebabkan para mahasiswa membutuhkan produk yang praktis untuk dikonsumsi. Aktivitas mereka yang padat membuat mereka enggan untuk bersusah payah dalam memenuhi kebutuhan makannya. Mereka akan lebih menyukai makanan yang ringan mengandung karbohidrat tinggi dan juga siap saji. Hal ini memacu para produsen dalam mengupayakan produk-produk andalannya yang di rasa mudah dalam pembuatan dan juga mengandung karbohidrat tinggi.

Kini produsen telah mengeluarkan produk yang mudah dalam proses pembuatan dan juga mengandung karbohidrat tinggi. Salah satu produk disajikan cepat dan praktis adalah mie instan. Mobilitas dan aktivitas mereka yang cepat, menyebabkan mereka mulai beralih mengkonsumsi mie instan sebagai pengganti nasi sebagai sumber karbohidrat. Mie instan dipandang sebagai penganjal perut yang paling praktis dan banyak disukai. Bagi mahasiswa yang membutuhkan makanan yang mengandung berkarbohidrat cepat saji memilih mie instan daripada nasi yang perlu waktu lebih lama untuk menanakannya.

Sikap konsumen berpengaruh positif pada keinginan atau minat beli konsumen dalam membeli produk yang dianggap dapat memenuhi asupan

nutrisi tubuhnya sehingga menciptakan keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut. Keputusan pembelian konsumen tercipta karena adanya keinginan serta ketertarikan konsumen terhadap produk. Keputusan pembelian terjadi karena informasi yang disediakan menciptakan keyakinan konsumen terhadap produk serta kepuasan yang diterima konsumen saat melihat informasi yang tersedia sesuai dengan kebutuhan.<sup>1</sup>

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya adalah muslim. Demi ketentraman dan kenyamanan konsumen pelaku usaha wajib menampilkan labelisasi halal yang sah dan dikeluarkan oleh pemerintah melalui aparat yang berwenang. Dengan menampilkan labelisasi halal pada pangan yang ditawarkan ke konsumen ini menjadi peluang pasar yang baik sangat terbuka luas dan menjanjikan. Konsumen juga tidak akan ragu dengan produk yang hendak dibelinya.

Sufyan ats-Tsauri berkata, “Barang siapa yang membelanjakan dari barang haram untuk mengamalkan atau dalam rangka beramal taat kepada Allah SWT, maka ia bagaikan mencuci pakaian yang najis dengan air kencing. Padahal pakaian yang terkena najis itu tidak bisa dibersihkan oleh air. Dan dosa itu tidak bisa dihapus dengan barang haram, tetapi harus dengan barang yang halal.”<sup>2</sup>

Sudah dijelaskan bahwa makanan yang halal sudah pasti menyehatkan dan makanan yang haram sudah pasti terdapat mudhorot didalamnya. Sudah

---

<sup>1</sup> Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 13, Jilid 1, Terjemahan : Bob Sabran (Jakarta : Erlangga, 2010), hal. 173.

<sup>2</sup> Bambang Imam Supeno, *Pandangan Imam Al-Ghazali Tentang Halal Dan Haram* (Surabaya: Insan Amanah, 2014), hal. 21.

tentu bahwa yang namanya bangkai merupakan hal yang haram, apabila dikonsumsi secara berkala dapat menimbulkan penyakit yang menyebabkan kematian karena racun dan bakteri di dalam bangkai tersebut.

Diterapkan hukum Islam untuk umat manusia pertama-tama ditunjukkan untuk mendidik (*tarbiyah*) dan membersihkan diri seseorang (*Tazkiyah al-nafsi*). Agar dia mampu menjadi sumber kebaikan bagi kelompok dan masyarakat, bukan menjadi petaka dan penyebar keburukan bagi orang lain.<sup>3</sup>

Sesuatu yang halal itu selalu mengandung *fadhilah* (keutamaan) dan segala sesuatu yang haram itu mengandung *kemudharatan* (tercela/buruk). Oleh sebab itulah maka segala yang haram itu dilarang dan segala yang halal itu dianjurkan.<sup>4</sup> Telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Mu'minun 51 sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُّوْا مِّنَ الطَّيِّبٰتِ وَاَعْمَلُوْا صٰلِحًا ۗ اِنِّىۤ بِمَا تَعْمَلُوْنَ عَلِيْمٌ ﴿٥١﴾

Artinya: “Hai rasul-rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik, dan kerjakanlah amal yang saleh. Sesungguhnya aku Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S Al-Mu'minun: 51)

Dari ayat tersebut diatas mengandung makna bahwa Allah menginginkan agar hamba-Nya berhati-hati dalam masalah yang dimakan agar memilih yang halal, baru kemudian menunaikan amal yang salih. Artinya

<sup>3</sup> Asmawi, *Filsafat Hukum Islam* (Yogyakarta: Teras, 2009), hal. 44.

<sup>4</sup> Bambang, *Pandangan Imam ...*, hal. 6.

memakan sesuatu yang halal terlebih dahulu sebelum menunaikan amal shalih.<sup>5</sup>

Selain itu mie Sedaap juga menggunakan strategi dalam menjual produknya dengan memberikan harga yang murah. Harga merupakan strategi penjualan yang banyak diminati dan membuat konsumen terasa tertarik. Walaupun dengan harga yang murah, namun produk mie sedaap memiliki kualitas yang baik. Namun masih banyak juga konsumen yang membanding-bandingkan dengan produk yang sejenis. Dengan konsumen memiliki pengetahuan yang cukup, maka mereka akan tetap memilih mie sedaap sebagai pilihannya. Selain itu, dengan beragamnya varian rasa yang dimiliki oleh mie sedaap membuat konsumen tidak akan bosan.

**Tabel 1.1**

**Laporan Penjualan Mie Sedaap Tahun 2008 – 2010**

<b>Produk</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Mie Sedaap: Mie Sambal Goreng	300	240	250
Mie Sedaap: Mie Kuah Rasa Soto	540	450	310
Mie Sedaap: Mie Kuah Rasa Ayam Bawang	310	560	550
Mie Sedaap: Mie Kuah Rasa Ayam Spesial	480	370	390
Mie Sedaap: Mie Kuah Rasa Kari Ayam	330	300	290
Mie Sedaap: Mie Kuah Rasa Kari Spesial	340	230	120
<b>Total</b>	<b>2300</b>	<b>2150</b>	<b>1910</b>

Sumber: Superindo, cab. Wiyung.

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, hal. 7.

Hal ini menjadikan peneliti tertarik untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Mie Sedaap. Mie Sedaap merupakan produk yang masih dikategorikan produk baru. Dalam hal ini perusahaan ditekankan agar dapat mengenalkan produk Mie Sedaap lebih dalam.

Salah satu subjek yang paling erat kaitannya dengan perkembangan informasi yaitu mahasiswa, khususnya bagi mahasiswa yang dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Kaitan antara pengetahuan dan labelisasi halal sangatlah penting bagi mereka. Mereka juga memprioritaskan harga dalam mengambil keputusan pembelian.

Berdasarkan permasalahan diatas peneliti akan mengadakan penelitian tentang pengaruh pengetahuan konsumen, labeliasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian mie instan merek Sedaap. Selanjutnya peneliti merasa tertarik mengambil tempat penelitian di kampus IAIN Tulungagung khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam karena asumsi peneliti kampus IAIN Tulungagung merupakan kampus yang bernuansa Islami, yang secara tidak langsung semua orang yang melihat akan menilai bahwa mahasiswa dan seluruh civitas akademika IAIN Tulungagung lebih mengerti dan paham tentang nilai-nilai Islam, dari pada kampus-kampus yang berbasik umum.

Peneliti berasumsi setidaknya seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengetahui hukum Islam. Mereka lebih banyak mengikuti mata kuliah tentang hukum jual beli dalam Islam baik dari segi hukum Islam

maupun hukum positif. Selain itu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam juga mendapat mata kuliah khususnya materi tentang perekonomian Islam yang salah satunya membahas mengenai keputusan pembelian. Jadi secara tidak langsung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dipandang paham dan mengerti tentang hal-hal yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengkaji masalah tersebut dengan mengangkat tema yang berjudul: **“Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Sedaap Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung”**.

## **B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Penelitian ini membahas tentang pengaruh pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek Sedaap pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Pada hasil penelitian ini dilandasi dari penelitian terdahulu dan juga pada teori-teori yang sudah dibaca oleh peneliti. Peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek Sedaap pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

## **2. Pembatasan Masalah**

Batasan penelitian bertujuan untuk memberikan batasan-batasan pada penelitian sehingga pembahasannya tidak meluas dan tetap fokus pada rumusan masalah penelitian, dalam penelitian ini adalah terbatas pada pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek Sedaap pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Agar dalam pembahasan penelitian ini tidak terlalu menyimpang dan terfokus kepada masalah-masalah pokok, maka penulis membatasi secara jelas sebagai berikut:

- a. Objek penelitian adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung angkatan Tahun 2014 - 2016.
- b. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung yang pernah mengonsumsi Mie Sedaap lebih dari 1 kali.
- c. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung yang pernah merekomendasikan Mie Sedaap kepada orang lain.

## **C. Rumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung?

2. Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung?
4. Apakah pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui adakah pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.
2. Mengetahui adakah pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.
3. Mengetahui adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.
4. Mengetahui adakah pengaruh pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Dari pembahasan ini, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis, praktis maupun untuk penelitian yang akan datang.

### **1. Kegunaan secara Teoritis**

Secara teoritis, peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi khazanah ilmu pengetahuan, khususnya khazanah keilmuan pada bidang pemasaran.

### **2. Kegunaan secara Praktis**

#### **a. Bagi peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga.

#### **b. Bagi perusahaan**

Manfaat penelitian bagi perusahaan adalah dapat menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memahami dampak dari pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian dan bahan pertimbangan bagi perkembangan perusahaan.

#### **c. Bagi Fakultas**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pembanding penelitian sejenis lainnya dan bisa digunakan semestinya bagi rekan-rekan selanjutnya.

d. Bagi penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori yang didapatkan selama berada di bangku perkuliahan. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di dalam perusahaan sebelum terjun langsung kedalam dunia kerja yang nyata.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

### 1. Ruang lingkup

Ruang lingkup penelitian ini digunakan untuk membatasi permasalahan yang akan diteliti dan lokasi penelitian sehingga tidak menyimpang dari tujuan yang dikehendaki.

Permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga sebagai variable independen, dan keputusan pembelian produk mie instan merek Sedaap pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung sebagai variabel dependen.

Adapun lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah kampus IAIN Tulungagung yang meliputi seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung angkatan Tahun 2014 - 2016.

## 2. Keterbatasan penelitian

Karena jumlah mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung angkatan Tahun 2014 - 2016 terlalu banyak sedangkan waktu penelitian terbatas sehingga peneliti mengambil sampel secara acak atau *random*.

## G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini penegasan istilah terdiri dari dua, antara lain: penegasan konseptual dan penegasan operasional. Definisi atau penegasan operasional merupakan definisi variabel secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti.<sup>6</sup> Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji adanya pengaruh pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Penegasan konseptual adalah definisi yang diambil dari pendapat atau teori dari pakar sesuai dengan tema yang diteliti.<sup>7</sup> Adapun definisi operasional dan penegasan konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil “Tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu yang mana penginderaan ini terjadi melalui panca indera manusia yakni indera

---

<sup>6</sup> Abd. Aziz dkk. Pedoman Penyusunan Skripsi. (Tulungagung: STAIN Tulungagung, 2012), hal. 8.

<sup>7</sup> Ahmad Tanzeh, dkk. Pedoman Penyusunan Skripsi Program Strata 1 Tahun 2015, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2015), hal. 19.

penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba yang sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.<sup>8</sup>

## 2. Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>9</sup>

## 3. Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.<sup>10</sup>

## 4. Keputusan

Kegiatan yang berhubungan dengan kemungkinan keadaan masa depan/*state of nature* sebab konsekuensi suatu keputusan akan dialami pada masa yang akan datang.<sup>11</sup>

## 5. Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan pembelian adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.<sup>12</sup>

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, hal. 851.

<sup>9</sup> *Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)* (Jakarta: Visimedia, 2007), hal. 3.

<sup>10</sup> Murti Sumarni dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta: 2010), hal. 273.

<sup>11</sup> Azhar Kasim, *Teori Pembuatan Keputusan* (Jakarta: Lembaga Perbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2005), hal. 41.

<sup>12</sup> Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media, 2005), hal. 413.

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan penulisan, penelitian ini disusun dalam lima bab untuk membantu mempermudah penelitian dan pemahaman dengan rincian bab sebagai berikut:

Bagian awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, abstrak dan transliterasi.

Bagian utama (inti), terdiri dari:

**Bab 1 Pendahuluan**, terdiri dari : latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi. Pendahuluan menjadi acuan dalam awal proses penelitian, didalamnya diuraikan keterkaitan antara latar belakang berupa pengetahuan konsumen, labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek sedaap dan membahas mengenai urgensi pokok permasalahan yang akan dijadikan sebagai dasar asumsi yang digunakan arah pembahasan pada teori-teori yang ada.

**Bab II Landasan Teori**, yang meliputi : pembahasan semua variabel yang didasarkan pada teori, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian. Landasan teori merupakan kelanjutan dari bagian pendahuluan yang dapat digunakan sebagai dasar-dasar asumsi dalam

membahas objek penelitian yang mengacu pada pokok permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya.

**Bab III Metode Penelitian**, terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, analisis data. Metode penelitian digunakan sebagai acuan dalam rangka mencapai hasil penelitian secara maksimal.

**Bab IV Hasil Penelitian**, terdiri dari : hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) yang meliputi deskripsi data, profil responden, karakteristik responden, deskripsi tanggapan responden, serta analisis data (uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi). Bab ini membahas tentang diskripsi karakteristik data pada masing-masing variabel dan uraian tentang hasil pengujian hipotesis.

**Bab V Pembahasan**, hasil penelitian yang berisikan pembahasan data penelitian dan hasil analisis data. Bab ini dijelaskan temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian sebelumnya.

**Bab VI Penutup**, terdiri dari: kesimpulan yang merupakan jawaban atas pokok permasalahan yang menyusun ajakan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

Bagian akhir, terdiri dari: daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, daftar riwayat hidup.