

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

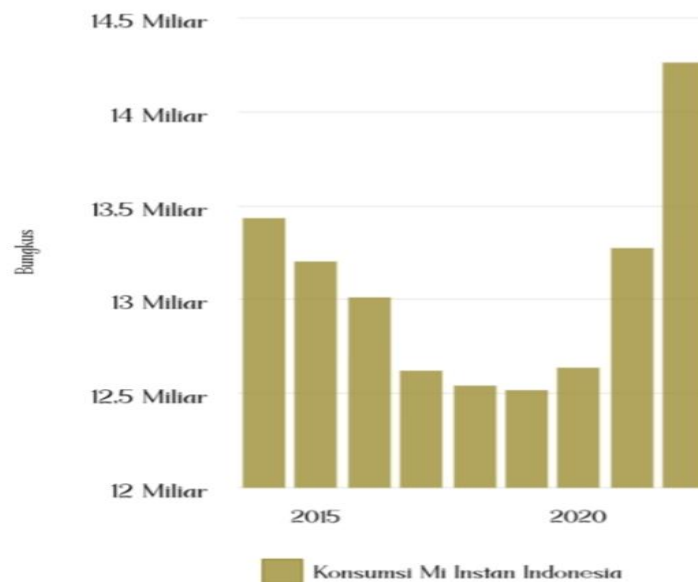
Makanan yakni kebutuhan pokok yang sangat penting untuk keberlangsungan hidup yang harus dipenuhi oleh setiap individu. Hal ini disebabkan, makanan dapat memberikan pengaruh terhadap kesehatan manusia. Adapun makanan yang diperlukan yakni mempunyai kandungan yang baik bagi tubuh. Akan tetapi, berkembangnya pasar bebas dan industri makanan saat ini, sehingga semakin beragam pula produk makanan dan jenis makanan yang beredar dimasyarakat. (Selvianti dkk., 2020)

Agar hidup sehat dan produktif kita harus memakan makanan dengan porsi cukup dan beragam juga tidak mengkonsumsi makanan serba instan. (Ari Mulyani dkk., 2020, hlm. 91). Saat ini, masyarakat cenderung mencari alternatif pangan lain selain beras guna mencukupi kebutuhan karbohidrat, salah satunya gandum. Gandum ini sering dipakai sebagai bahan utama pembuatan makanan instan. Makanan instan cenderung sering dikonsumsi sebab dinilai lebih praktis dan cepat dalam penyajiannya sehingga makanan instan tersebut menjadi salah satu pilihan. Mie instan ialah salah satu diantara berbagai produk makanan instan yang berbahan dasar gandum. Indonesia di nomor dua sebagai negara dengan tingkat konsumsi mie instan terbesar di dunia. Permintaan mie instan yang tinggi di Indonesia disebabkan

oleh harga yang murah dan penyajian yang cepat. (Rahmah dkk., 2021, hlm. 2)

Pada data *World Instant Noodles Association* (WINA), tingkat konsumsi mie instan di Indonesia berkisar 14,26 M bungkus di tahun 2022. (katadata.co.id)

Gambar 1.1 Grafik Tingkat Konsumsi Mie Instan di Indonesia



Sumber: World Instant Noodles Association (WINA), 2023

Adapun konsumen mie instan terdiri dari berbagai kalangan termasuk mahasiswa. Sebagian mahasiswa tetap mengonsumsi mie instan walaupun ada asumsi dalam masyarakat bahwa mie instan makanan yang tidak sehat. Hal ini disebabkan mahasiswa cenderung mengonsumsi makanan yang murah dan praktis guna meminimalisir pengeluaran. Mie instan ini sangat mudah ditemukan pada berbagai tempat, mulai dari toko

kelontong, minimarket sampai supermarket, sehingga sangat mudah diakses oleh mahasiswa. (Rahmah dkk., 2021, hlm. 2)

Kota Banjarmasin ialah salah satu kota tujuan bagi mahasiswa karena berbagai perguruan tinggi tersedia baik negeri ataupun swasta. Salah satunya yakni Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Dalam mengkonsumsi makanan instan jenis mie instan ini tentunya para mahasiswa memiliki sejumlah alasan dalam memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Schiffman & Kanuk (2007), berpendapat bahwa keputusan ialah pemilihan diantara beberapa pilihan, artinya ketersediaan pilihan yang lebih dari satu adalah sesuatu yang harus ada saat mengambil keputusan. (Firmansyah, 2019, hlm. 203).

Tentunya ada berbagai macam faktor yang melatarbelakangi keputusan pembelian makanan instan ini pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Beberapa faktor diantaranya yakni harga, promosi dan label halal.

Penguraian diatas membuat penulis tertarik melakukan penelitian ini, yang bertujuan guna mengetahui dan memahami faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk makanan instan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

B. Rumusan Masalah

Latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, maka permasalahan yang dibahas pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah faktor harga, promosi, dan label halal secara parsial memengaruhi keputusan pembelian produk makanan instan di kalangan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin ?
2. Apakah faktor harga, promosi, dan label halal secara simultan memengaruhi keputusan pembelian produk makanan instan di kalangan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin ?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan penelitian yang ingin diperoleh yakni:

1. Untuk mengetahui faktor harga, promosi dan label halal secara parsial memengaruhi keputusan pembelian produk makanan instan di kalangan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui faktor harga, promosi dan label halal secara simultan memengaruhi keputusan pembelian produk makanan instan di kalangan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pihak yang berkepentingan diantaranya yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini di harapkan agar bermanfaat terhadap pengembangan pengetahuan, selain itu juga dipakai sebagai bahan rujukan penelitian yang lebih mendalam, mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan dalam membeli produk makanan instan yang berkaitan dengan harga, promosi dan label halal.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Penulis, penelitian ini sebagai sarana yang berguna untuk melatih keterampilan menulis juga daya fikir ilmiah serta menambah wawasan dan memperluas ilmu pengetahuan yang sudah dipelajari.
- b. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk memperkaya informasi serta sebagai rujukan penelitian selanjutnya.
- c. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai pertimbangan ataupun evaluasi dalam perkembangan perusahaan.

E. Definisi Operasional

Berikut ini penjelasan mengenai topik yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan untuk menghindari kekeliruan dan membatasi masalah agar

tetap fokus dalam pembahasannya, oleh karena itu penulis membuat definisi operasional yaitu:

1. Keputusan Pembelian ialah pilihan dari beberapa alternatif, dalam arti ketersediaan pilihan yang beragam sebagai keharusan saat mengambil keputusan. (Firmansyah, 2019, hlm. 203). Keputusan pembelian yang dimaksud yaitu alternatif pilihan pelanggan yang dilihat dari segi harga, promosi, dan label halal dari produk makanan instan jenis mie instan.
2. Harga sebagai nilai tukar dengan uang maupun barang lain sehingga memperoleh manfaat barang ke individu maupun kelompok dalam jangka waktu maupun tempat tertentu. (Sudaryono, 2016, hlm. 216). Pada penelitian ini, harga yang dimaksud adalah harga produk makanan instan jenis mie instan.
3. Promosi ialah bentuk pemberian informasi antara penjual dengan konsumen guna memberi pengaruh terhadap sikap dan perilaku. (Shalihah dkk., 2022, hlm. 88). Promosi yang dimaksud berkaitan dengan langkah yang diambil dalam mempromosikan makanan instan jenis mie instan.
4. Label halal ialah bukti yang ditulis sebagai bentuk jaminan produk yang halal. (Lestari dkk., 2021, hlm. 24). Label halal yang dimaksud pada penelitian ini yaitu pencantuman label halal pada kemasan mie instan.
5. Produk ialah barang yang dihasilkan dari produsen yang kemudian ditawarkan ke pasar guna menarik perhatian pelanggan, dicari dan kemudian akan dibeli pelanggan untuk dikonsumsi. (Lestari dkk., 2021,

hlm. 24). Dalam hal ini, produk yang ditawarkan berupa makanan instan jenis mie instan.

6. Makanan Instan merupakan sebuah ragam makanan yang berdasarkan bentuknya yang dikemas, praktis, mudah menghidangkannya. (Ari Mulyani dkk., 2020). Batasan ruang lingkup makanan instan yang dimaksud yakni mie instan. Mie instan ialah salah satu produk makanan instan yang paling populer karena kemudahan dalam penyajiannya.

F. Penelitian Terdahulu

Penulis mencantumkan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini adalah:

1. Ainur Rizki Putra (2018). Judul : *Pengaruh Harga, Label Halal, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Koperasi Syariah 212 Ciputat)*. Masalah yang dibahas yaitu untuk mengetahui terkait pengaruh secara parsial maupun simultan antara variabel harga, label halal, pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

Metode : penelitian lapangan memakai pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Adapun hasilnya menjelaskan variabel harga, label halal, pelayanan, promosi dan lokasi secara simultan dan parsial mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Koperasi Syariah 212 Ciputat. (Putra, 2018)

Perbedaan dengan penelitian yang diangkat penulis ada pada variabel bebasnya, dimana penelitian yang penulis lakukan tidak ada variabel pelayanan dan lokasi. Persamaannya terletak pada penggunaan variabel harga, promosi dan label halal serta keputusan pembelian.

2. Muhammad Basysyar Nashir (2019). Judul : *Pengaruh Label Halal dan Promosi Produk Halal Food Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya.*

Masalah yang dibahas yaitu untuk mengetahui pengaruh secara parsial ataupun simultan antara variabel label halal dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Metode : penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menyatakan secara parsial dan simultan variabel label halal dan promosi produk halal *food* mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa ekonomi syariah UIN Sunan Ampel Surabaya. (Nashir, 2019)

Perbedaan dengan penelitian yang diangkat penulis yakni pada variabel bebasnya, penelitian ini tidak ada variabel harga. Persamaannya yaitu menggunakan variabel promosi dan label halal serta variabel terikat yakni keputusan pembelian.

3. Irma Febriyani (2018). Judul : *Pengaruh Label Halal dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Pada Mahasantri Ma'had Al-Jami'ah Ulil Absar.* Masalah yang diangkat dalam penelitian

ini yakni guna mengetahui pengaruh secara parsial juga simultan antara variabel label halal dan promosi.

Metode : penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Hasilnya diperoleh secara parsial dan simultan label halal dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian produk mie instan pada mahasiswa Ma'had Al-Jami'ah Ulil Absar. (Febriyani, 2018)

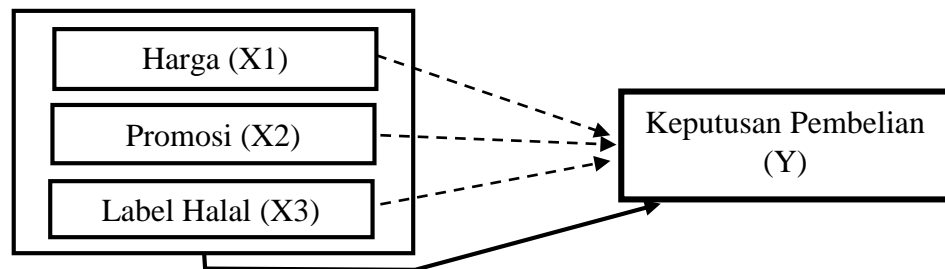
Perbedaan dengan penelitian yang diangkat penulis terletak pada variabel harga. Persamaannya yakni variabel label halal dan promosi serta keputusan pembelian.

4. Givron Attaqi Harji (2022). Judul : *Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Mie Instan Korea Samyang terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kalangan Remaja di Kota Pekanbaru*. Masalah yang dibahas yaitu untuk mengetahui tentang pengaruh secara parsial maupun simultan antara variabel label halal dan kualitas produk.

Metode: penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis yang di peroleh bahwa label halal dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian mie instan Korea Samyang dikalangan remaja kota Pekanbaru. (Harji, 2022).

Perbedaan dengan penelitian yang diangkat penulis terletak pada variabel kualitas produk. Persamaannya yaitu variabel label halal dan keputusan pembelian.

G. Kerangka Penelitian



Keterangan :

Parsial : -----

Simultan : _____

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah tanggapan sementara saat merumuskan masalah, yang disajikan sebagai pertanyaan. Jawaban sifatnya hanya sementara sebab bersandar pada teori yang sesuai dan belum berlandaskan fakta empiris ketika terjadi di lapangan saat mengumpulkan data. Oleh sebab itu, hipotesis disajikan sebagai tanggapan dugaan pada rumusan masalah, belum sebagai tanggapan empiris. (Sugiyono, 2019, hlm. 64)

1. Secara Parsial

H_0 : Faktor harga, promosi, dan label halal tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan instan.

H_a : Faktor harga, promosi, dan label halal memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan instan.

2. Secara Simultan

H_0 : Faktor harga, promosi, dan label halal tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian makanan instan.

H_a : Faktor harga, promosi, dan label halal memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian makanan instan.

I. Sistematika Pembahasan

Pada penelitian ini, diberikan gambaran tentang masalah yang diteliti akan dilakukan sehingga dibuat sistematika pembahasan berkaitan dengan materi maupun hal yang dibahas pada tiap bab. Sistematika pembahasan yaitu :

Bab I Pendahuluan, menguraikan terkait latar belakang, perumusan masalah, tujuan, kegunaan, definisi operasional, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, hipotesis dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, menguraikan terkait teori yang mendukung dalam penelitian yaitu: Keputusan pembelian, produk, makanan instan, harga, promosi dan label halal.

Bab III : Metode penelitian, menguraikan informasi terkait cara penelitian akan dilakukan yaitu: Jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran dan instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

Bab IV : Penyajian data dan analisis data, menjelaskan mengenai penyajian data, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V : Penutup, menjelaskan mengenai simpulan yang didapatkan berupa ringkasan pembahasan dan saran yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.