

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era sekarang, industri di Indonesia sudah mulai marak bermunculan perusahaan yang mengkampanyekan produk-produknya sebagai produk yang halal. Bukan hanya produk makanan dan kosmetik saja yang berlomba-lomba untuk mendapatkan produk halal, bahkan baru-baru ini ada kulkas yang memasarkan dirinya sebagai kulkas yang halal.

Halal sendiri berarti diizinkan (tidak dilarang)/ diperoleh dengan sah (<https://kbbi.co.id>). Syarat suatu makanan bisa dianggap halal ialah apabila makanan tersebut tidak mengandung zat yang diharamkan dan tidak mengandung najis atau kotoran (<https://dalamislam.com>). Kata kata *halal* dalam kehidupan sehari-hari biasanya merujuk pada makanan atau minuman yang diperbolehkan dalam hukum Islam , baik menurut jenis makanannya atau/dan cara memperolehnya. Lawan dari *halal* adalah *haram*. ”*Haram adalah suatu hal yang melanggar syariat, sehingga orang yang melanggarnya akan mendapat sanksi di akhirat* “ (<https://www.ilmusaudara.com>).

MUI memiliki beberapa persyaratan yang terlampir di HAS 23000. HAS 23000 mengungkapkan harus adanya Kebijakan Halal serta Tim Manajemen Halal. Tertulis pula bahwa perusahaan harus memiliki dokumen yang membuktikan bahwa yang digunakan adalah bahan yang tidak haram ataupun najis. Produk yang dihasilkan tidak boleh memiliki nama, kecenderungan bau, dan kecenderungan rasa yang mengarah pada

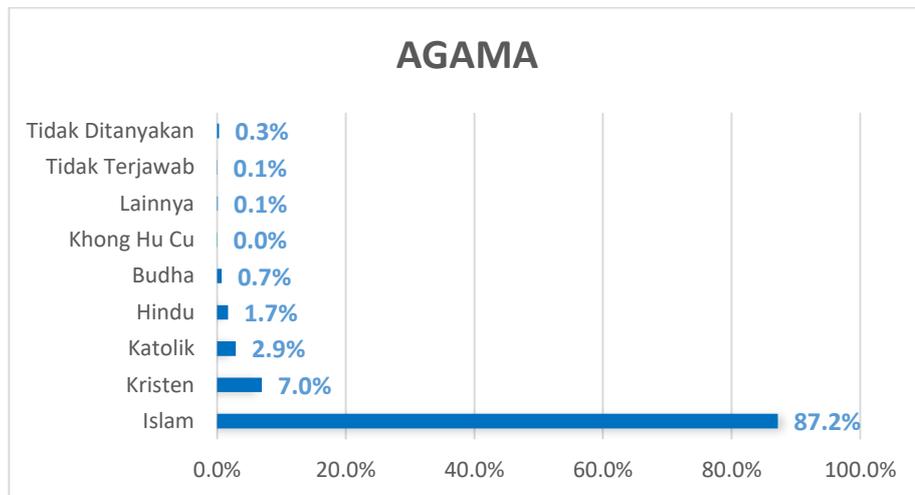
sesuatu yang diharamkan. Dan tempat mengolah produk yang khusus untuk produksi halal (Persyaratan Sertifikasi Halal MUI) .



**Gambar I.1**  
**Logo Halal LPPOM-MUI**

Sumber: [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org), 2018

Indonesia sendiri merupakan negara dengan jumlah penduduk islam terbanyak di dunia. Di dalam agama Islam, umat muslim diwajibkan untuk mengkonsumsi makanan halal. Menurut sensus penduduk tahun 2010, pemeluk agama Islam di Indonesia mencapai 87,2% (<https://sp2010.bps.go.id>).



**Gambar I.2**  
**Agama yang dianut di Indonesia**

Sumber: <https://sp2010.bps.go.id>, 2010

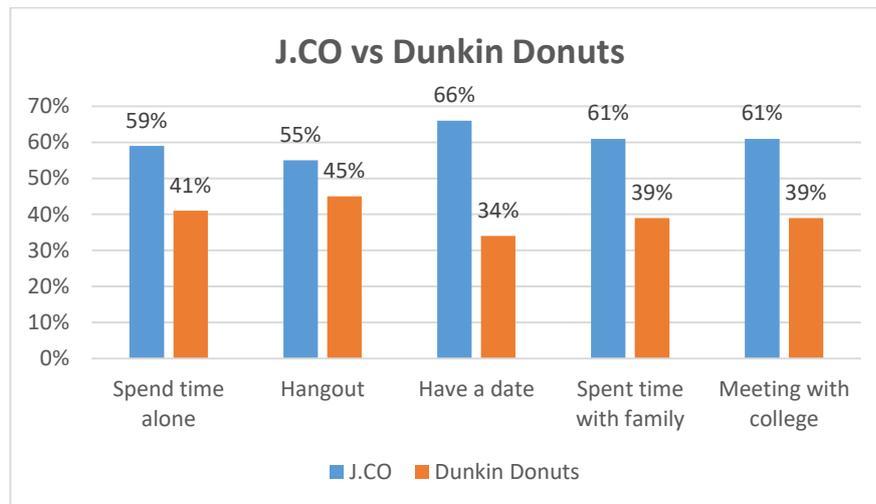
Di Indonesia ada banyak merek donat yang beredar di pasaran. Beberapa sudah ada yang memiliki logo halal. Donat yang berlogo halal seperti Dunkin Donuts, Mister Donut, dan Donat Madu.

**Tabel I.1**  
**Donat di Indonesia**

Merek Donat	Logo Halal
Dunkin Donuts	Ya
J.CO	Tidak
Krispy Kreme	Tidak
Donat Madu	Ya
Mister Donut	Ya

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Tapi J.CO dan Dunkin Donuts dibandingkan, menurut survei JAKPAT warga Indonesia cenderung lebih memilih J.CO dibandingkan Dunkin Donuts. Padahal J.CO sendiri belum memiliki label halal pada produknya.



**Gambar I.3**

**JCO vs Dunkin Donuts**

Sumber: blog.jakpat.net, 2016

Walaupun dengan adanya logo halal pada Dunkin Donuts ternyata tidak mampu menggaet konsumen dibandingkan J.co. Padahal mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Mungkinkah ketidaktahuan konsumen akan produk-produk yang halal yang menjadi penyebabnya.

Berdasarkan penelitian Haro (2018:11), *knowledge* berpengaruh positif terhadap keinginan seseorang membeli produk halal. Hal inilah yang membuat penulis tertarik meneliti topik ini. Berdasarkan penelitian yang sama juga disebutkan bahwa *attitude* memiliki pengaruh yang positif terhadap keinginan seseorang membeli produk halal. Hussain *et al.* (2016:17) melakukan penelitian mengenai hubungan halal *logo* dengan *attitude* di Pakistan. Tapi menariknya hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa halal *logo* tidak memiliki hubungan dengan *attitude*. Penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa *purchase intention*

berpengaruh pada *consumer behavior*. Maichum *et al.* (2017:17) melalui penelitiannya menyatakan bahwa *halal knowledge* berpengaruh terhadap *attitude*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Apakah *halal logo* mempengaruhi *attitude* terhadap *halal product* ?
2. Apakah *halal knowledge* mempengaruhi *attitude* terhadap *halal product*?
3. Apakah *halal knowledge* mempengaruhi *purchase intention* ?
4. Apakah *attitude* terhadap *halal product* mempengaruhi *purchase intention*?
5. Apakah *attitude* terhadap *halal product* mempengaruhi *consumer behavior*?
6. Apakah *purchase intention* mempengaruhi *consumer behavior*?

Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Menginvestigasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Makanan Halal”.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan ini bertujuan secara umum adalah untuk mengetahui adakah pengaruh antara faktor *halal logo*, *halal knowledge*, *attitude* terhadap *halal product* dan *purchase intention* terhadap *behaviour* pada produk makanan Dunkin Donut. Jika ada maka akan diteliti seberapa besar pengaruhnya tersebut.

Maka secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui apakah *halal logo* berpengaruh terhadap *attitude* terhadap *halal product*
2. Untuk mengetahui apakah *halal knowledge* berpengaruh terhadap *attitude* terhadap *halal product*
3. Untuk mengetahui apakah *halal knowledge* berpengaruh terhadap *purchase intention*
4. Untuk mengetahui apakah *attitude* terhadap *halal product* berpengaruh terhadap *purchase intention*
5. Untuk mengetahui apakah *attitude* terhadap *halal product* berpengaruh terhadap *consumer behavior*
6. Untuk mengetahui apakah *purchase intention* berpengaruh terhadap *consumer behavior*

### **1.3 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan yang menjual produk donat untuk mempertimbangkan pencatuman label halal di produknya.

#### 2. Manfaat Akademis

Diharapkan hasil dari penelitian ini diarsipkan di universitas, sehingga bisa menjadi salah satu acuan untuk penelitian selanjutnya.