

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era pembangunan seperti saat ini memiliki pengaruh tersendiri terutama pada sektor perdagangan. Salah satunya adalah semakin banyaknya produk makanan yang beredar dengan berbagai kemasan yang menarik. Untuk itu tentunya menjadi tantangan bagi masyarakat kita, dimana kita mengetahui bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,56 juta jiwa per tahun 2022. Indonesia serius memposisikan diri sebagai pusat halal dunia dan pelopor dalam globalisasi sertifikasi halal.¹ Label Halal, Kata halal berasal dari akar kata yang berarti lepas atau tidak terikat. Label merupakan bagian dari suatu produk yang berisi tentang informasi produk yang ada di dalam kemasan. Melalui label, konsumen dapat menemukan informasi tentang nama produk, bahan yang digunakan, nama dan alamat pihak yang memproduksi, masa kadaluwarsa produk, dan keterangan tentang kehalalan produk. Kesadaran untuk mengkonsumsi produk halal merupakan potensi pasar yang besar bagi produsen untuk menghasilkan produk halalnya. Saat ini labelisasi makanan dan minuman adalah hasil produk hukum yang dikeluarkan oleh

¹ Izzah Rohma, *Buku Pintar Islam*.(Jakarta: Zaman:2009), Hal 62

Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai upaya perlindungan konsumen terhadap makanan minuman yang dikonsumsi agar terhindar dari bahan atau zat yang mengandung unsur keharaman, hal tersebut menjadi ranah nya LPPOM MUI.

LPPOM MUI memberikan sertifikat halal pada produk -produk yang lolos audit sehingga produk tersebut dapat dipasang label halal pada kemasannya dengan demikian masyarakat dapat mengkonsumsi produk tersebut dengan aman. Berada di tengah mayoritas Islam, kehalalan suatu produk yang disajikan sangat penting baik bagi konsumen maupun produsen tidak terkecuali KFC. KFC (*Kentucky Fried Chicken*) juga sudah mempunyai sertifikat halal sejak tahun 1995 dengan nomor sertifikat Halal MUI 00160001420999 dan selalu melakukan perpanjangan sertifikat halal MUI sebelum habis masa berlakunya. Meskipun telah mendapat “label halal”, menu KFC masih sering diragukan kehalalannya, Sebagian masyarakat masih mempertanyakan kehalalan dalam bahan baku dan pengolahan menunya. Kepercayaan akan halalnya menu KFC tidak bisa hanya diukur melalui “label halal” saja, tetapi bagi konsumen yang memiliki sikap religiusitas akan memiliki standar atau kepercayaan tersendiri terhadap suatu produk salah satunya makan seperti menu KFC.²

²Nazirah H.Syamsul Bahri Dg, “Paranipengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian di kfc hasanuddin kota palu” Vol. 7, No 2, April 2021, 107-117,hal 109

Berikut nama-nama usaha makanan cepat saji yang sudah memiliki sertifikasi halal.

Daftar Nama Usaha makanan cepat saji yang sudah memiliki Sertifikasi Halal

Tabel.1.1. Daftar nama sertifikat halal makanan cepat saji

No	Nama	Nomor Sertifikat Halal
1	KFC	00160001420999
2	Mc Donald's	00160000630499
3	Solaria	00160067091113
4	CFC	00160057710411

Sumber : LPOM MUI

Untuk mewujudkan perbuatan pelaku usaha tersebut, negara membuat seperangkat aturan, yaitu dengan mengesahkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Tapi itu tidak berarti tindakan negara dalam mewujudkan perbuatan pelaku usaha tidak berhenti sampai undang-undang tersebut disahkan, ada tindakan lain yang harus dilakukan oleh negara untuk menjamin hak asasi manusia yaitu hak atas rasa aman dalam mengkonsumsi produk.³

Dari berbagai jenis- jenis makanan yang makin unik dan beragam sesuai dengan perkembangannya era perkembangan zaman milenial sekarang. Kebanyakan saat ini masyarakat indonesia mengikuti adat dan budaya dari negara tetangga yaitu negara barat,dengan mengadopsi makanan yang berasal dari negara barat seperti makanan cepat saji.

Ditengah padatnya aktivitas masyarakat Indonesia makanan cepat saji (*fast food*) merupakan salah satu makanan yang bisa dikatakan sebuah alternatif yang dapat membantu mempermudah aktivitas masyarakat indonesia yang sedang sibuk pada saat melakukan aktivitas diluar rumah atau sedang bekerja

³Sumber : <https://kumparan.com/kumparanfood/5-restoran-fast-food-halal-yang-ada-di-indonesia-1542948465387365872>

dilapangan, dalam keadaan lapar seseorang bisa dengan mudah datang ke restoran makanan cepat saji (*fast food*) dan langsung bisa memesan menu makanan dengan berbagai varian yang dijual di dalam gerai restoran makanan cepat saji (*fast food*) tersebut, tanpa harus menunggu lama makanan yang dipesan sudah dapat langsung dikonsumsi oleh konsumen.

Selain memperhatikan kehalalan produk, penting juga untuk memperhatikan faktor-faktor terkait lainnya agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumennya⁴. Salah satunya adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah suatu nilai dari produk atau jasa, dimana nilai produk atau jasa sesuai dengan apa yang diharapkan atau melebihi apa yang diharapkan sehingga produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan pemakainya. Suatu produk dikatakan berkualitas jika produk tersebut mampu memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen.⁵ Kualitas produk berhubungan langsung dengan merek dikarenakan konsumen akan membeli suatu produk berdasarkan kualitas yang ditawarkan dari suatu brand tertentu. Merek terbukti dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. pada dasarnya, konsumen akan membeli produk ketika sudah banyak yang mempercayai suatu merek. Merek merupakan nama, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari beberapa elemen yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari suatu atau sekumpulan penjualan atau

⁴ Kholidah, Nur, and Muhammad Arifiyanto. *Faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian kosmetik berlabel halal*. Penerbit Nem, 2020.

⁵ Rini, Kurniawati. *Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan Murabahah pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi*. Diss. IAIN Ponorogo, 2019.

untuk mengidentifikasi merek pesaingnya.⁶

Salah satu makan *fast food* di Indonesia yaitu KFC tentunya sangat memperhatikan kualitas produknya agar banyak diminati oleh banyak orang. Menurut Kotler dan Armstrong Kualitas Produk adalah satu dari alat positioning pemasaran yang diunggulkan⁷. Kualitas produk memiliki dampak langsung pada produk dan jasa serta yang paling dekat dan terhubung dengan nilai 3 pelanggan dan kepuasan. Kualitas produk memiliki fungsi yaitu meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan berbagai program yang menunjang produk KFC sehingga dapat diminati oleh para konsumen.

Perusahaan senantiasa memonitor posisi pasar dan nilai KFC secara keseluruhan, mengevaluasi berbagai masukan dari konsumen untuk meningkatkan kualitas produk, layanan, dan fasilitas yang tersedia di KFC. Orientasi perusahaan KFC dapat dilihat dari filosofi yang digunakan KFC sebagai pegangan perusahaan dalam beroperasi. KFC merumuskan filosofi usahanya dengan kata CHAMPS (*Cleanliness, Hospitality, Accuracy, Maintenance, Product Quality dan Speed of Service*). CHAMPS adalah suatu filosofi untuk memastikan bahwa setiap konsumen yang datang ke KFC akan selalu mendapatkan suatu pengalaman yang terbaik dan konsisten setiap saat. Semua informasi ini diperoleh melalui survei rutin yang disebut *Brand Image Tracking Study* (BITS). CHAMPS menunjukkan komitmen dari KFC untuk selalu menyediakan makanan dan layanan terbaik bagi pelanggan dengan

⁶Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, Edisi 13 Jilid 2, (Terj Bob Sbran), Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2009) Hal 285

⁷ Yulianto, Akbar Dwi. *Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kentucky Fried Chicken (KFC) Surabaya*. Diss. STIE PERBANAS SURABAYA, 2017.

value yang maksimal.⁸

Selain label halal dan kualitas produk penting juga bagi umat muslim khususnya di Indonesia adanya Religiusitas memiliki peran penting dalam kehidupan orang yang saleh. Identitas, sikap, nilai-nilai keyakinan yang mengungkapkan aspek kognitif, menekankan pada pemahaman religiusitas, praktek ritual peribadatan. Tidak hanya itu keanggotaan dalam komunitas keagamaan yang mencerminkan perilaku ibadah, memiliki efek pada pengambilan keputusan pembelian produk pada produk makanan KFC. Seberapa besar pengetahuan muslim perkotaan tentang produk halal dan label halal tidak terlepas dari sikap religiusitas seseorang. Apapun istilah yang digunakan oleh para ahli untuk menyebut aspek religius di dalam diri manusia. Menunjuk kepada suatu fakta bahwa kegiatan-kegiatan religius itu memang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Di dalamnya terdapat berbagai hal menyangkut moral atau akhlak, serta keimanan dan ketakwaan seseorang. Dalam arti bahwa religi tersebut merupakan suatu keyakinan, nilai-nilai dan norma-norma hidup yang harus dipegangi dan dijaga dengan penuh perhatian, agar jangan sampai menyimpang dan lepas. Kata dasar *relegare*, berarti "mengikat", yang maksudnya adalah mengikatkan diri pada kekuatan ghaib yang suci. Kekuatan ghaib yang suci tersebut diyakini sebagai kekuatan yang menentukan jalan hidup dan yang mempengaruhi kehidupan manusia. Religiusitas merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak laku sesuai dengan

⁸Yulianto, Akbar Dwi. Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kentucky Fried Chicken (KFC) Surabaya. Diss. STIE PERBANAS SURABAYA, 2017.

ketaatannya terhadap agama .Delener menyatakan bahwa Religiutas merupakan salah satu aspek budaya terpenting yang mempengaruhi perilaku konsumen.⁹

Konsumen selalu dihadapkan dengan berbagai *alternatif* pilihan dalam mengambil keputusan, termasuk salah satunya dalam mengkonsumsi makanan. Berdasarkan tipe-tipe konsumen dalam proses pengambilan keputusan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Perusahaan harus mengenali perilaku konsumen untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga perusahaan diharapkan dapat selalu memenuhi kebutuhan konsumen yang akan berdampak pada loyalitas. Keputusan pembelian adalah tahap dalam pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli.¹⁰ suatu penentu dari konsumen guna melakukan pembelian produk dengan keadaan yang sadar atas pemenuhan kebutuhan serta yang diinginkan.

Berdasarkan paparan dan hasil dari penelitian terdahulu yang mengindikasikan adanya Research Gap dari variabel Label Halal, Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian, sebagai berikut:

Research Gap Label Halal terhadap keputusan pembelian
Tabel. 1 2. Research Gap Label halal

Peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Research Gap
Darwis Harahap, NandoFarizal,	Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian	Labelisasi halal berpengaruh	

⁹Rouza Fakriza, 2Ridwan Nurdin, "pengaruh religiusitas terhadap boikot dengan loyalitas merek sebagai variabel moderasi pada kfc banda aceh" Vol. 4, No. 1, 2019 Februari: 206-216, hal 208

¹⁰ Kotler, P., & Keller, K. L. Marketing Manajement, (Edisi Ketiga Belas). (New Jersey: Pearson Prentice, 2012) Hall, Inc.

&Masbulan (2018)	oleh konsumen muslim terhadap produk makana di kota pekaloangan	secar signifikan terhadap keputusan pembelian	Terdapat perbedaan hasil penelitian antara Sertifikat Halal terhadap Keputusan Pembelian, baik itu pengaruh positif ataupun negatif (tidak memiliki pengaruh sama sekali)
Tria Saputri, Rafidah, Mutia, dan Agustina (2020)	Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kepercayaan Interpersonal Terhadap Keputusan Pembelian Kentucky Fried Chicken (KFC) Di Jambi Town Square (JAMTOS) Kota Jambi	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Sertifikat Halal terhadap Keputusan Pembelian	
Ananda Desmayonda & Arlin Ferlina Mochamad Trenggana (2019)	Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian dengan religiusitas sebagai variabel intervening di mujigae resto bandung	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan baik secara positif maupun negatif antara Sertifikat Halal terhadap Keputusan Pembelian	

Penelitian terdahulu mengenai Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti oleh Harahap, Farizal, & Masbulan yang dilakukan di kota pekalongan pada konsumen produk fast Food yang menunjukkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Label Halal terhadap Keputusan Pembelian.¹¹. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ananda

¹¹Darwis Harahap, Nando Farizal, & Masbulan, "Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian oleh konsumen muslim terhadap produk makana di kota pekaloangan", (*Indonesia Journal of Halal*, vol. 1, no. 1, pp. 73-80.2018)

Desmayonda & Arlin Ferlina Mochamad Trenggana menunjukkan hasil penelitian bahwa Sertifikat Halal tidak terdapat pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.¹² Kemudian Penelitian yang dilakukan oleh Tria Saputri menunjukkan hasil penelitian bahwa terdapat Pengaruh positif dan signifikan antara Sertifikat Halal Dan Keputusan Pembelian.¹³

Research Gap Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian
Tabel. 1. 3. Daftar Research Gap Kualitas Produk

Peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Research Gap
Ahmad Raziqi(2022)	Pengaruh Label Halal, Religiusitas, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Dalam Kemasan Pada Mahasiswa S1 Febi Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Dan Universitas Islam Jember	kualitas produk pada kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian	
Yulyani (2018)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pembelian makana cepat saji Riz's Chicken	Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen makanan cepat saji Riz's Chicken	Terdapat perbedaan hasil penelitian antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, baik itu pengaruh positif ataupun negatif (tidak memiliki pengaruh sama sekali)

¹² Ananda Desmayonda & Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, "Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian dengan religiusitas sebagai variabel intervening di mujigae resto bandung", Vol 15 No 2 (2022): DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.15 No.2 September 2022.

¹³ Tria Saputri, Rafidah, Mutia, dan Agustina, "Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kepercayaan Interpersonal Terhadap Keputusan Pembelian Kentucky Fried Chicken (KFC) Di Jambi Town Square (JAMTOS) Kota Jambi", (Jambi:Uin Jambi,2020)

Farisa Hasna Nadiya & Susanti Wahyuningsih(2020)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace	Kualitas Produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian terdahulu mengenai Kualitas produk yang diteliti oleh Raziqi yang dilakukan pada Mahasiswa S1 Febi Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Dan Universitas Islam Jember pada konsumen makan dan minuman dalam kemasan yang menunjukkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.¹⁴ Yulyani menunjukkan hasil penelitian bahwa Kualitas produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.¹⁵ Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Farisa Hasna Nadiya & Susanti Wahyuningsih menunjukkan hasil penelitian bahwa tidak terdapat Pengaruh positif dan signifikan antara kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian.¹⁶

¹⁴ Ahmad Raziqi, "Pengaruh Label Halal, Religiusitas, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Dalam Kemasan Pada Mahasiswa S1 Febi Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Dan Universitas Islam Jember" (Jember: Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Dan Universitas Islam Jember, 2022)

¹⁵ Yulyani, "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pembelian makana cepat saji Riz's Chicken" (Lampung: UNILA Bandar Lampung, 2018)

¹⁶ Farisa Hasna Nadiya & Susanti Wahyuningsih "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace", Jurnal Prosiding Seminar Nasional Unimus, Vol.3, 2020)

Research Gap Religiusitas terhadaap keputusan pemebelian
Tabel 1. 4. Research Gap Religiusitas

Peneliti	Judul penelitian	Hasil Penelitiian	Research Gap
Muhammad Syamsuri (2020)	Pengaruh Religiusitas dan kesadaran Halal terhadap sikap dan niat pembelian produk halal Non-pangan	Terdapat pengaruh positif antara religiusitas terhadap keputusan pembelian	Terdapat perbedaan hasil dari penelitian antara Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian, baik itu pengaruh positif ataupun negatif (tidak memiliki pengaruh sama sekali)
Diah Retno Sufi Fauzia, Edriana Pangestuti, Aniesa Samira Bafadhal (2019)	Pengaruh religiusitas, sertifikasi halal, bahan produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian	Tidak Terjadi Pengaruh Positif antara Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian	
M. Afif Daffa (2021)	Pengaruh Religiusitas dan kesadaran kesehatan terhadap minat beli konsumen pada makanan cepat saji KFC di Pekanbaru	Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	

Penelitian terdahulu mengenai Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian yang diteliti oleh Muhammad Syamsuri menunjukkan hasil penelitian bahwa Religiusitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.¹⁷ lain halnya dengan hasil penelitian dari

¹⁷Muhammad Syamsuri, Skripsi: “Pengaruh Religiusitas Dan Kesadaran Halal Terhadap Sikap Dan Niat Pembelian Produk Halal NonPangan” (Surakarta: IAIN Surakarta, 2020). Hal.61.

Retno, Fauziah, Pangestuti, Aniesa & Bafadhal yang menunjukkan hasil penelitian yang bertentangan bahwa Religiusitas tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.¹⁸ selanjutnya hasil penelitian dari M. Afif Daffa menunjukkan bahwa Religiusitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.¹⁹

Salah satu perusahaan besar restoran cepat saji adalah *Kentucky Fried Chicken* atau lebih sering dikenal sebagai KFC. PT.Fastfood Indonesia Tbk. sebagai pemilik tunggal waralaba *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Indonesia didirikan oleh Gelael Group pada tahun 1978 sebagai pihak pertama yang memperoleh waralaba KFC untuk Indonesia pada tahun 1979.KFC merupakan salah satu tempat makan cepat saji yang menyajikan produk ayam serta produk-produk yang berkaitan dengan daging. Produk yang disajikan KFC adalah seperti ayam goreng, kentang goreng, dan burger serta terdapat pula produk produk tambahan lainnya seperti perkedel dan soup ayam. PT. *Fast food* Indonesia Tbk. (KFC Indonesia) adalah salah satu perusahaan restoran makanan cepat saji terbaik di indonesia bahkan di dunia yang masih bertahan dan berjalan dengan kesuksesannya sampai saat ini, dengan terus berinovasi dalam menghadirkan produk ke masyarakat. Dari eberapa restoran makanan cepat saji (*fast food*) yang ada kota Palembang menunjukan bahwa gerai restoran KFC lebih banyak dari restoran *fast food* lainnya hal menunjukan

¹⁸ Diah Retno Sufi Fauzia, Edriana Pangestuti, Aniesa Samira Bafadhal, “Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian”. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.66, No. 1, Januari 2019, Hal.44.

¹⁹M. Afif dffa, “Pengaruh Religiusitas dan kesadaran kesehatan terhadap minat beli konsumen pada makanan cepat saji KFC di Pekanbaru”(Pekanbaru:Universitas islam Riau,2021).

bahwa restoran KFC semakin maju. KFC adalah jaringan restoran terbesar kedua di dunia (diukur berdasarkan penjualan) setelah McDonald's, dengan 22.621 lokasi secara global di 150 negara lebih. KFC mempopulerkan ayam di industri makanan cepat saji, mendiversifikasi pasar dengan menantang dominasi yang mapan dari makanan *fast food* lainnya. PT. *Fastfood* Indonesia (KFC Indonesia) sendiri memiliki 16 gerai yang ada di kota Palembang menunjukkan bahwa gerai restoran KFC lebih banyak dari restoran fast food lainnya hal menunjukkan bahwa restoran KFC semakin maju. KFC adalah jaringan restoran terbesar kedua di dunia (diukur berdasarkan penjualan) setelah McDonald's, dengan 22.621 lokasi secara global di 150 negara lebih. KFC mempopulerkan ayam di industri makanan cepat saji, mendiversifikasi pasar dengan menantang dominasi yang mapan dari makanan fast food lainnya. Dimana salah satu cabang KFC yang ada di Kota Palembang beralamat di jalan Demang Lebar Daun no 89 Palembang yang diresmikan pada tanggal 21 Januari 2011. Dari hasil observasi pada PT. *Fastfood* Indonesia Tbk. (KFC cabang Demang Lebar Daun) Palembang.²⁰

²⁰Syahyuni. Pengaruh Budaya Organisasi dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Fastfood Indonesia Tbk. KFC Cabang Demang Lebar Daun Palembang. Universitas Tridinianti Palembang, (2017), 130-143, VOL.6, No.1.



Gambar 1. KFC Lebar Daun Palembang

KFC merupakan makanan siap saji dengan ayam goreng sebagai menu andalan yang disukai banyak kalangan mulai dari anak-anak remaja hingga dewasa. KFC sudah sangat banyak tersebar di Palembang ada sekitar sepuluh store yang tersebar saat ini, hal ini menunjukkan bahwa KFC dipilih dan dipercaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumennya khususnya dibidang makanan dan minuman serta gaya hidup mereka di seputar tempat makan atau tempat berkumpul yang modern dan lengkap baik dari sisi fasilitas, akses, maupun infrastruktur, hal ini karena KFC dalam membuat waralabanya sangat memperhatikan kenyamanan para pelanggannya yang datang membeli dan makan serta bersantai di restorannya atau oleh KFC sering disebut storenya.

Kelebihan KFC

Salah satu penyebab KFC cepat berkembang di Indonesia ialah sebab rumah makan ini memiliki beberapa kelebihan. Itulah mengapa pertumbuhan KFC di Indonesia sangat pesat, bahkan sudah masuk ke beberapa kota kecil di Indonesia. Beberapa kelebihan KFC dibanding restoran lainnya ialah :

1. Cita rasa kuliner ayam gorengnya sangat khas dan sinkron dengan selera masyarakat Indonesia.
2. Adanya kontrol ketat dalam pelayanan khususnya masalah kebersihan. Sehingga hal ini menjadikan semua kuliner nan ada di KFC terjamin taraf higienis.
3. Adanya pilihan menu nasi sebagai bagian sajian kuliner ayam goreng. Ini nan menyebabkan KFC mudah diterima, sebab nasi ialah makanan pokok masyarakat Indonesia.
4. Beberapa gerai KFC memberikan pelayanan selama 24 jam, sehingga masyarakat dapat menikmati menu di KFC kapan saja mereka menginginkannya.
5. Adanya baku dalam pembuatan gerai nan dapat memberikan kenyamanan bagi para pengunjung.²¹

Dengan segala usaha yang di lakukan oleh perusahaan untuk membuat konsumen tertarik pada pengunjung KFC pertahun sebagai berikut :

Tabel 1. 5. Daftar Penjualan KFC Cabang Demang Lebar Daun Kota Palembang

No	Tahun	Penjualan	Persentase
1	2019	342.447.000	34.24%
2	2020	333.567.350	33.35%
3	2021	457.687.761	37.21%
4	2022	596.641.765	30.31%

Sumber: www.KFCku.com

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa data penjualan merupakan suatu gambaran yang jelas, namun jika kita lihat pada tabel jumlah penjualan memberikan gambaran yang signifikan. Jika dilihat dari

²¹Sumber: <https://www.antorij.com/379/08/27/kelebihan-kfc.htm>

data yang ada adanya indikasi peningkatan penjualan tersebut dikarenakan semakin bertambah varian produk yang disediakan oleh KFC. Dengan bertambahnya varian produk maka di tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 37.21% dari penjualan tahun 2020. Pada tahun 2022 hanya mengalami peningkatan sebesar 30.31% dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggann KFC atau orang yang pernah membeli produk KFC terkait faktor-faktor dalam melakukan pembelian, diketahui bahwa faktor utama dalam melakukan pembelian didasarkan pada kualitas produk itu sendiri. Selain itu, adapula yang berpendapat yang meyakini bahwa faktor dalam melakukan pembelian didasarkan pada kualitas produk ditambah label halal dan harga produk tersebut dan juga dipengaruhi oleh rasa , kepraktisan , harga produk tersebut dan lokasi pembelian. Dari uraian terkait permasalahan terhadap keputusan pembelian dapat disimpulkan informasi dari pelanggan yang melakukan pembelian berdasarkan kualitas produk, label halal, rasa produk, kepraktisan produk, lokasi dan harga. Untuk memperoleh informasi yang lebih jelas dan disertai dengan bukti ilmiah mengenai bagaimana pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam suatu produk makanan cepat saji , perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah.Untuk itu dilakukan penelitian dengan menjadikan pelanggan KFC atau beberapa orang yang pernah membeli produk KFC sebagai konsumen sekaligus responden. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk KFC Demang Lebar Daun Palembang”**.

B. Rumusan masalah

1. Seberapa besar pengaruh label halal terhadap pengambilan keputusan pembelian pada konsumen di KFC Demang Lebar Daun di Kota Palembang?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian pada konsumen di KFC Demang Lebar Daun di Kota Palembang?
3. Seberapa besar pengaruh religiusitas terhadap pengambilan keputusan pembelian pada konsumen di KFC Demang Lebar Daun di Kota Palembang?
4. Apakah label halal, kualitas produk dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk makanan KFC Demang Lebar Daun Di Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar label halal berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian pada produk KFC cabang Demang Lebar Daun Palembang

2. Untuk mengetahui seberapa besar Kualitas Produk berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian pada produk KFC cabang Demang Lebar Daun Palembang.
3. Untuk mengetahui seberapa besar Religiusitas berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian pada produk KFC cabang Demang Lebar Daun Palembang.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label halal, kualitas produk dan religiusitas secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk KFC cabang Demang Lebar Daun di Kota Palembang

D. Manfaat penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pemahaman peneliti mengenai label halal dan kualitas produk. Selain itu dapat mengetahui pengaruh label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Intutitisi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta informasi bagi Institut Uin Raden Fatah Palembang Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengembangan pengetahuan khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi para pelaku bisnis dalam penerapan hukum Islam dan mengembangkan label halal dan kualitas produk khususnya menyangkut makanan kemasan. Selain itu dapat menambah keyakinan bagi para konsumen dalam mengkonsumsi sesuatu