

BAB I

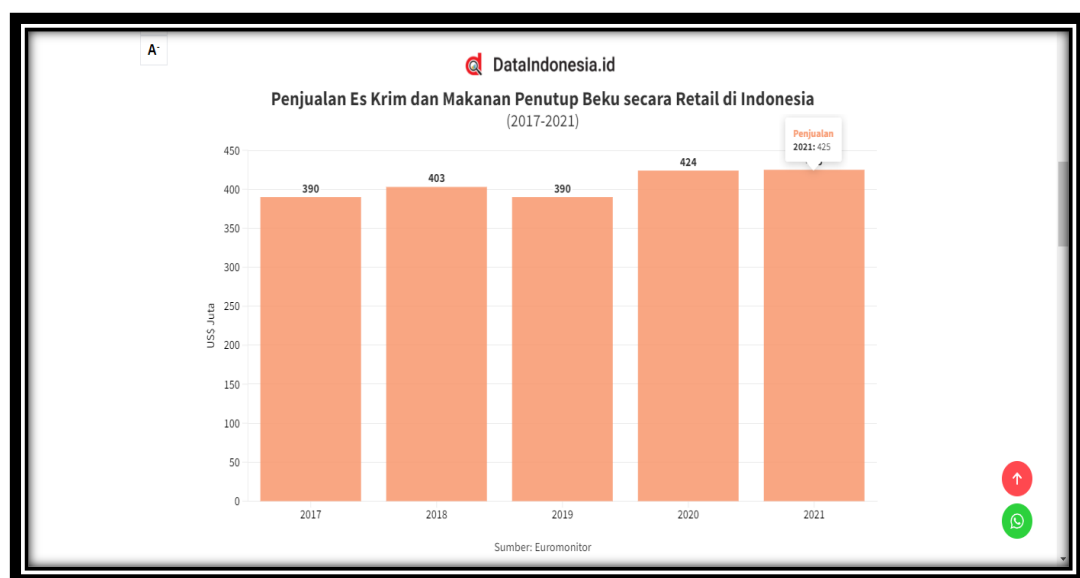
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri es krim di Indonesia kini masih terus berpeluang untuk meningkatkan pertumbuhannya karena terus mengalami peningkatan dalam konsumsi perkapita seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap makanan dan minuman yang sehat. Zaman modern ini, es krim telah merambah di semua lapisan masyarakat, kaya atau miskin, tua atau muda, mulai dari orang dewasa hingga generasi muda dan pelajar. Rasa yang enak dan dingin juga memiliki banyak variasi rasa, menjadikan es krim sebagai makanan pelengkap maupun cemilan bagi setiap orang. Es krim dikonsumsi di berbagai negara yang terutama Negara yang memiliki daerah tropis (Suryani 2018). Kepopuleran es krim pun mendunia seiring banyaknya perkembangan berbagai macam-macam es krim mulai dari bentuk hingga rasa dari es krim tersebut. Zaman sekarang, es krim sudah menjadi cemilan setelah makan maupun ketika bersantai. Mengonsumsi es krim tentu sangat penting dan bermanfaat bagi kesehatan. Manfaat dari mengonsumsi es krim itu sendiri yaitu melindungi gigi dan gusi, mengurangi peradangan, serta dapat menurunkan berat badan. Dilihat dari segi kandungan gizi, es krim adalah produk yang kaya akan kalsium dan protein karena pada umumnya es krim terbuat dari susu. Tidak hanya kalsium dan protein saja, ada juga kandungan gizi lain seperti karbohidrat dan lemak. Kedua zat gizi ini sering menjadi faktor pembatas terutama bagi penggemar es krim saat sedang menjalani program diet. Es krim adalah makanan yang mengandung lemak, protein,

karbohidrat, vitamin, dan mineral (Muhammad Anggara 2019). Menurut SNI es krim adalah sejenis makanan semi padat yang dibuat dengan cara pembekuan tepung es krim atau campuran susu, lemak hewani maupun nabati, gula dan dengan atau tanpa bahan makanan lain yang diizinkan. Es krim terdiri dari 62 – 68% air, 32 – 38% bahan padat dan udara.

Berikut merupakan data penjualan Es Krim secara retail di Indonesia:



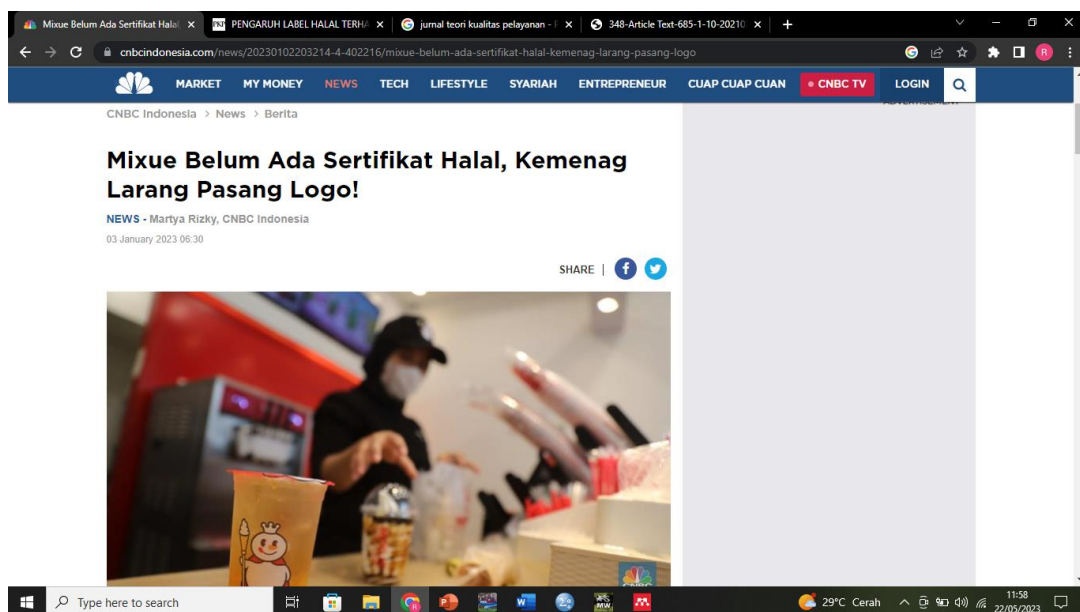
Sumber : DataIndonesia.id

Gambar 1.1
Data penjualan Es Krim dan Makanan Penutup Beku Secara Retail di Indonesia Tahun 2021

Berdasarkan data dari Gambar 1.1 es krim menjadi salah satu cemilan yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Rasanya yang manis dan dingin disukai oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Makanan ringan tersebut mudah ditemukan lantaran dijual di toko kelontong, minimarket, hingga mal. Bahkan, ada sejumlah gerai makanan yang khusus menjual es krim, seperti Mixue, Baskin Robbins, dan Ragusa. Hal itu pun mendorong nilai

penjualan es krim dan makanan penutup beku (*frozen desserts*) di dalam negeri cukup besar. Berdasarkan data Euromonitor, penjualan es krim dan frozen desserts secara retail di Indonesia mencapai US\$425 juta pada 2021. Nilai penjualan es krim dan frozen desserts tersebut naik 0,24% dari tahun sebelumnya yang sebanyak US\$424 juta. Angkanya pun menjadi yang terbesar dalam lima tahun terakhir. Adapun, penjualan es krim dan frozen desserts terpantau fluktuatif sejak 2017-2021. Penjualan makanan tersebut terpantau meningkat sejak adanya pandemi Covid-19 pada 2020.

Jumlah gerai Mixue di Indonesia pada akhir Maret 2022 mencapai 317 toko. Dengan jumlah gerai tersebut, Mixue dilaporkan meraih pendapatan operasional mencapai CNY25.410.800 atau Rp57,2 miliar dengan laba bersih mencapai CNY2.235.500 atau sekitar Rp5,04 miliar. (Sumber IDX.CHANEL.COM)



Sumber : cnbcindonesia.com

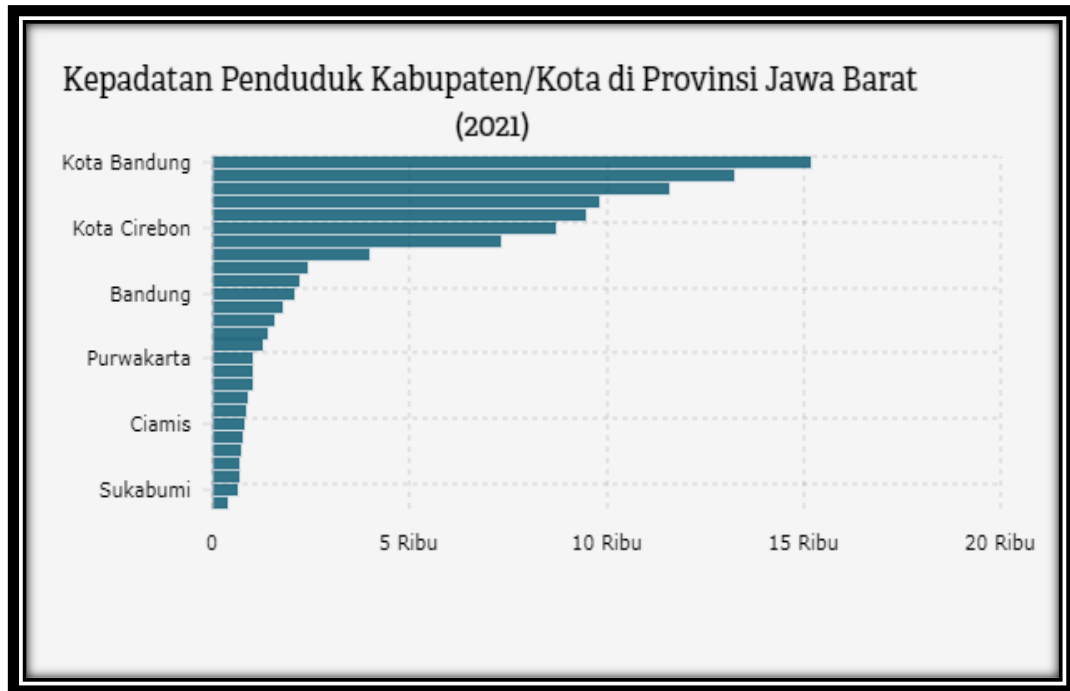
Gambar 1.2
Issue Sertifikasi Label Halal Pada Produk Es Krim Mixue.

Tak sedikit masyarakat yang kadung meyakini, produk makanan semacam es krim pasti halal karena selama ini umum dikonsumsi. Namun, lebih jauh dari itu, nyatanya banyak yang belum diketahui publik karena keterbatasan informasi.

Pada gambar 2.1 menjelaskan tentang adanya suatu kasus dimana toko mixue ingin memasang logo halal tetapi, dari kementerian Agama (Kemenag) pun menegaskan Mixue tidak boleh memasang logo halal karena belum mendapatkan sertifikat. Kementerian Agama menekankan untuk setiap produk makanan dan minuman wajib memiliki sertifikasi halal terhadap makanan dan minuman, meski yang lumrah dikonsumsi konsumen amat penting dilakukan apalagi untuk produk makanan dan minuman olahan yang sebagian besar bahan bakunya diimpor dari berbagai negara, maka peneliti tertarik untuk meneliti penelitian pada produk es krim mixue dikarenakan adanya *issue* label halal pada produk es krim mixue.

Mengingat maraknya usaha kuliner di Kota Bandung, tentu saja memiliki kaitan erat dengan kepadatan penduduk dalam Kota Bandung. Jumlah penduduk yang padat menjadi salah satu faktor pendorong dari keberhasilan suatu usaha yang dijalankan, semakin banyak penduduk dalam suatu tempat tentu saja akan memunculkan peluang yang besar bagi bisnis kuliner yang dijalankan untuk dapat berkembang dengan maksimal, Dengan jumlah penduduk yang terus mengalami peningkatan secara otomatis kebutuhan pokok pada manusia juga ikut mengalami peningkatan. Karena pada dasarnya jumlah penduduk sangat mempengaruhi penjualan produk pada suatu toko dan dapat mengetahui bagaimana pasar produk yang akan diperdagangkan kepada konsumen maka dari itu penduduk merupakan

salah satu faktor penunjang pembelian produk pada suatu toko. Berikut Peneliti sajikan data jumlah Penduduk (jiwa) di Kota Bandung tahun 2021:



Sumber :Databoks

Gambar 1.3
Jumlah Penduduk (Jiwa) di Tahun 2021

Banyak yang membahas terkait mixue ini. lantas, apa Mixue ini? Mixue merupakan nama toko Es Krim dari China yang kini ekspansi ke Indonesia. Mixue ini menjadi perbincangan dan sorotan lantaran kehadirannya dimana-mana. Kini, 300 lebih gerai Mixue sudah ada dan tersebar di seluruh Indonesia. Penetrasi Mixue bahkan lebih cepat dari McDonalds yang masuk ke Indonesia pada 1991 dan baru memiliki 227 gerai hingga 2020. Warganet menyebut, hampir di setiap sudut kota hingga kabupaten terdapat gerai minuman Mixue.

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk (Jiwa) Kelurahan Baleendah

No	Jenis Kelamin	Jumlah Penduduk
1	Laki-laki	39,121
2	Perempuan	36,636
	Total	75,756

Sumber : Kelurahan Baleendah

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas diperoleh jumlah penduduk pada kelurahan baleendah dengan jumlah penduduk yang berkelamin laki-laki adalah 39,121 penduduk dan perempuan 36,636 penduduk. Dapat diartikan bahwa jumlah penduduk yang padat merupakan salah satu faktor pendorong dari keberhasilan suatu usaha yang dijalankan.

Tabel 1.2
Data Rata-Rata Jumlah Penjualan Toko Es Krim Mixue Di Baleendah

No.	Nama Toko Mixue	Rata-Rata Jumlah Penjualan
1	Toko Mixue Rencong	1550 cup es krim
2	Toko Mixue Dayeuhkolot	1220 cup es krim
3	Toko Mixue <i>Golden Square</i>	950 cup es krim

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas diperoleh bahwa toko es krim Mixue Rencong yang menempati peringkat pertama dengan jumlah rata-rata penjualan dengan jumlah 1550 cup dan pada peringkat kedua ada toko es krim Mixue Dayeuhkolot dengan jumlah rata-rata penjualan 1220 cup dan pada peringkat ketiga yaitu di tempati oleh toko es krim Mixue *Golden Square* dengan jumlah rata-rata penjualan yaitu 950 cup es krim. Dapat disimpulkan bahwa peneliti tertarik untuk meneliti pada toko es krim Mixue *Golden Square* disebabkan rendah nya jumlah penjualan pada toko tersebut.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang sering menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan niat membeli. Menurut (Kotler &

Keller, 2019) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Sedangkan kualitas produk menurut *American Society for Quality Control* menyatakan bahwa kualitas merupakan keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk dengan tulisan Halal dalam huruf Arab, huruf lain dan nomor kode dari Menteri untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk yang halal dan berfungsi sebagai jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah halal dikonsumsi serta digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah (Febriyani, 2018).

Tabel 1.3
Jenis – Jenis Produk Es Krim Beserta Harga Pada Toko Mixue Golden Square Baleendah

No	Nama Es Krim	Daftar Harga
1	Chocolate Oreo Smoothies	16.000
2	Strawberry Lucky Sundae	16.000
3	Ice Cream Earl Tea	13.000
4	Strawberry Smoothies	16.000
5	Berry Bean Sundae	16.000
6	Ice Cream Jasmine Tea	12.000
7	Creamy Mango Boba	22.000
8	Chocolate Lucky Sundae	16.000
9	Boba Sundae	16.000
10	Boba Shake	16.000
11	Oreo Sundae	16.000

Sumber: Mixue Golden Square

Berikut merupakan data jenis – jenis Es Krim yang ada di Toko Es Krim Mixue Golden Square. Hasil dari daftar pengelompokan harga Es Krim Mixue diatas diperoleh data bahwa Es Krim *Creamy Mangga Boba* yang memiliki harga

tertinggi, disusul dengan Es Krim Boba Sundae dan sejenisnya yang harganya sama. Ice Cream Jasmine Tea dan Ice Cream Earl Tea memiliki harga terendah dari harga yang di jual oleh Toko Mixue Golden Square. Sedangkan pada penjualan jenis – jenis Es Krim di Toko Mixue Golden Square tidak tergantung pada harga yang tinggi maupun harga terendah hal ini dijelaskan pada bagan tabel 1.4 tentang rank penjualan dibawah ini:

Tabel 1.4
Rank Penjualan Es Krim Mixue Pada Toko Mixue Golden Square

RANK	Nama Es Krim
1	Boba Sundae
2	Strawberry Lucky Sundae
3	Oreo Sundae
4	Chocolate Lucky Sundae
5	Creamy Mango Boba
6	Boba Shake
7	Berry Bean Sundae
8	Ice Cream Jasmine Tea
9	Ice Cream Earl Tea
10	Chocolate Oreo Smoothies
11	Strawberry Smoothies

Sumber: Mixue Golden Square

Hasil dari pengelompokan ranking pada Tabel 1.4 diatas diperoleh data bahwa Es Krim Boba Sundae menempati urutan pertama sebagai Es Krim yang terjual di Toko Mixue Golden Square, disusul oleh urutan kedua yaitu Es Krim Strawberry Lucky Sundae dan Oreo Sundae diurutan ketiga sedangkan Chocolate Lucky Sundae berada diurutan ke empat . Pada urutan ke lima ada Creamy Mango Boba dan disusul Boba Shake pada urutan ke enam. Melihat data Penjualan Toko Mixue Golden Square selama 6 bulan terakhir dapat dilihat pada tabel 1.4 sebagai berikut:

Tabel 1.5
Data penjualan Es Krim Mixue tahun 2022

No.	Bulan	Jumlah es krim terjual	Jumlah perubahan
1	Juli	960 Cup Es Krim	-
2	Agustus	974 Cup Es Krim	+ 1,46%
3	September	584 Cup Es Krim	-40,4%
4	Oktober	558 Cup Es Krim	-4,45%
5	November	550 Cup Es Krim	-1,43%
6	Desember	498 Cup Es Krim	-9,45%

Sumber : Mixue Golden Square

Berdasarkan Tabel 1.5 menunjukkan data penjualan Es Krim Mixue Golden Square dari bulan Juli 2022 – Desember 2022. Dapat dilihat dari penjualan mengalami fluktuatif tiap bulanya dari Juli 2022 – Desember 2022. Setiap penjualan perbulan rata – rata penjualan Es Krim Mixue berbeda beda. Pada penjualan Es Krim Mixue secara keseluruhan pada Bulan Agustus mengalami kenaikan dan pada bulan September penjualan Es Krim Mixue mengalami penurunan yang sangat besar bahkan sampai 40%. Penurunan Penjualan masih berlanjut hingga bulan Oktober dan kembali naik pada bulan November dan Desember.

Tidak mudah bagi Toko Es Krim Mixue Golden Square untuk bersaing ditengah banyaknya Es Krim yang sejenis. Terbukti dari dampak pesatnya pesaing dan pertumbuhan pesaing berpengaruh secara langsung terhadap Es Krim Mixue. Berkaitan dengan data penjualan yang menunjukkan adanya peningkatan penjualan maka penulis melakukan penelitian pendahuluan dengan menyebarkan kuisisioner pendahuluan kepada 30 responden Es Krim mixue Golden Square.

Tabel 1.6
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepercayaan Konsumen, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, dan Keputusan Pembelian

No.	Keterangan	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Rata - Rata	Kriteria
1	Kepercayaan Konsumen	Saya percaya Toko Es Krim Mixue menjaga kebersihan produk nya	1	25	3	1	-	3.86	Baik
		Saya percaya Toko Es Krim Mixue Golden Square sudah mengantongi izin perdagangan	-	26	3	1	-	3.83	Baik
2	Kepuasan Konsumen	Saya sangat puas dengan suasana tempat Es Krim Mixue	1	23	4	2	-	3.63	Baik
		Saya sangat puas dengan harga yang Toko Es Krim Mixue Tawarkan	4	22	3	1	-	3.96	Baik
3	Loyalitas Konsumen	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk mencoba Es Krim Mixue	1	20	7	2	-	3.66	Baik
		Saya Merekomendasikan Es Krim Mixue ke teman dan keluarga	-	20	9	1	-	3.63	Baik
4	Keputusan Pembelian	Menurut saya Es Krim Mixue menjadi alternatif utama ketika ingin membeli makanan penutup beku	-	6	19	1	4	2.9	Tidak Baik
		Saya memutuskan untuk membeli Es Krim Mixue karena memiliki pilihan Es Krim yang rasanya sangat lengkap	-	6	20	3	1	3,03	Tidak Baik

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Tabel 1.6 menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian yang menjadi penyebab adanya penurunan jumlah pembelian. Dalam menghadapi persaingan yang ketat dalam produk Es Krim maka Es Krim Mixue harus mampu bersaing. Masalah yang sering dihadapi oleh produk Mixue ini adalah

produk yang belum tentu konsumen memutuskan kembali untuk membeli produk es krim Mixue. Menurut Firmansyah (2019) keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Menurut Yusuf (2021) keputusan pembelian adalah suatu pemikiran di mana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dari perilaku konsumen yang mendasari konsumen untuk melakukan keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian dan bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang atau jasa memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Kotler (2020) keputusan pembelian konsumen yaitu keputusan akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Sedangkan menurut (Sussanto, 2019) Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen melalui tahapan-tahapan tertentu untuk melakukan pembelian suatu produk. Ditambahkan oleh Assauri (2019) keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen atau pembeli dipengaruhi pula oleh kebiasaan. Kebiasaan pembelian mencakup kapan waktunya pembelian dilakukan, dalam jumlah berapa pembelian dilaksanakan, dan dimana pembelian tersebut dilakukan. Kemudian menurut (Tjiptono, 2020) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa,

termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Keputusan Pembelian merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima setelah mengkonsumsi produk. Tidak hanya Keputusan pembelian saja yang mempengaruhi jumlah pembelian produk, akan tetapi terdapat beberapa faktor lain yang belum dilakukan secara maksimal sehingga memberikan dampak yang tidak baik bagi es krim Mixue *Golden Square*. Peneliti juga mencoba melakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui permasalahan apa saja yang mendorong keputusan pembelian dalam membeli produk Es Krim Mixue Golden Square. Berikut Tabel 1.7 merupakan kuisisioner penelitian pendahuluan terkait dengan faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan menggunakan teknik bauran pemasaran 7P pada produk es krim Mixue *Golden Square* Pada konsumen Es Krim Mixue di Baleendah.

Tabel 1.7
Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran di Toko Mixue Golden Square Baleendah

No.	Keterangan	Pernyataan	SS (5)	ST (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Rata-Rata	Kriteria
1	<i>Product</i>	Apakah Kualitas Produk Es Krim Mixue lebih baik dari produk lain yang serupa	-	3	22	4	-	2.53	Tidak Baik
		Jika produk Mixue belum tercantum label halal, saya ingin tetap membeli Es Krim Mixue	-	1	23	3	3	2.73	Tidak baik
2	<i>Price</i>	Harga Es Krim Mixue sangat terjangkau	-	26	4	-	-	5.2	Baik
		Harga produk yang ditetapkan	-	25	5	-	-	3.83	Baik

No.	Keterangan	Pernyataan	SS (5)	ST (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	Rata-Rata	Kriteria
		sangat sesuai dengan kualitas produk							
3	<i>Place</i>	Lokasi Toko Mixue sangat strategis	3	26	1	-	-	4.06	Baik
		Lokasi Toko Mixue mudah dijangkau	3	27	-	-	-	4.1	Baik
4	<i>Promotion</i>	Informasi tentang Es Krim Mixue sangat mudah di temui di media sosial	3	24	3	-	-	4	Baik
		Ulasan dan rating yang diberikan kepada Toko Mixue sangat baik	1	25	3	1	-	3.73	Baik
5	<i>Proses</i>	Pelayanan karyawan sangat terampil	-	13	14	2	1	3.3	Tidak Baik
		Karyawan Es Krim Mixue sangat ramah pada saat melayani	-	14	13	3	-	3.3	Tidak Baik
6	<i>People</i>	karyawan menggunakan pakaian rapih	1	23	6	-	-	3.83	Baik
		Karyawan selalu menjaga kebersihan	29	-	1	-	-	4.93	Baik
7	<i>Physical Evidance</i>	Desain toko Mixue sangat baik dan memberikan kenyamanan	-	27	3	-	-	3.9	Baik
		Fasilitas yang tersedia sangat sesuai dengan harapan	-	27	3	-	-	3.9	Baik

Sumber: Data diolah oleh Peneliti.

Tabel 1.7 di atas merupakan hasil penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran di Toko Mixue Golden Square Baleendah. Dari hasil penelitian pendahuluan yang diberikan tanda dengan warna kuning maka di indikasikan yang paling bermasalah. Tabel tersebut menunjukkan bahwa terdapat permasalahan dari *variable Product* dan *Process*. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan tersebut

dapat diketahui bahwa yang menjadi tolak ukur keputusan pembelian di Toko Mixue Golden Square yaitu Label Halal dan Kualitas Pelayanan pada produk Es Krim Mixue. Label Halal merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu usaha karena label halal merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam menentukan Keputusan Pembelian. Label Halal pada usaha makanan penutup tentunya jadi faktor yang penting karena pelanggan akan mempertimbangkan Produk yang akan mereka konsumsi. Label Halal faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha karena Label Halal merupakan salah satu hal penting dalam menentukan keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik dalam menulis penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian” (Survei Pada Konsumen Es Krim Mixue *Golden Square* Baleendah).

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Identifikasi masalah diperoleh dari latar belakang penelitian, sedangkan rumusan masalah merupakan gambaran dari permasalahan yang akan diteliti yaitu Pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan sebagai *variable independent* dan Keputusan Pembelian sebagai *variable dependent*. Untuk uraian penelitian akan peneliti paparkan sebagai berikut:

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat ditarik identifikasi masalah yang menimbulkan permasalahan sebagai berikut:

1. Persaingan produk es krim Mixue yang semakin lama semakin ketat.
2. Kualitas Produk es krim Mixue yang mudah mencair daripada produk es krim sejenis.
3. Belum adanya label halal pada es krim Mixue menjadikan turunnya penjualan es krim.
4. Penelitian pendahuluan yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa label halal dan kualitas pelayanan pada Toko es krim Mixue *Golden Square* sangat berpengaruh.
5. Keputusan Pembelian pada produk es krim Mixue di Toko Mixue *Golden Square*.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Label Halal Es Krim di Toko Mixue Golden Square.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Kualitas Pelayanan karyawan di Toko Es Krim Mixue Golden Square.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Keputusan Pembelian di Toko Es Krim Mixue Golden Square.

4. Seberapa besar pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Es Krim di Toko Es Krim Mixue baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan yang sudah dipaparkan diatas oleh peneliti, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Tanggapan konsumen mengenai Label Halal Es Krim Mixue.
2. Tanggapan konsumen mengenai Kualitas Pelayanan dari Es Krim Mixue.
3. Tanggapan konsumen mengenai Label Halal dan Kualitas Pelayanan di Toko Es Krim Mixue Golden Square.
4. Besarnya pengaruh Label Halal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian baik secara simultan maupun secara parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak – pihak yang berkepentingan dan menambah ilmu pengetahuan penulis, khususnya dalam bidang pemasaran dan juga diharapkan akan memiliki kegunaan sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi Peneliti
 - a) Menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti tentang cara menyusun suatu penelitian.

- b) Menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan produk Es Krim Mixue.
- c) Menambah pengetahuan serta wawasan mengenai Kualitas Produk dan Kualitas layanan dalam suatu perusahaan.
- d) Menambah pengetahuan bagi peneliti berkenaan dengan Keputusan Pembelian Es Krim Mixue khususnya.
- e) Menambah ilmu pengetahuan yang belum peneliti peroleh pada saat perkuliahan dengan membandingkan teori dan praktik.

2. Bagi Peneliti lain

- a) Sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah di dapat pada saat kuliah dan realisasinya.
- b) Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain dan sebagai acuan atas perbandingan bilamana akan melakukan penelitian dan mengkaji lebih dalam dengan permasalahan yang serupa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis bagi pihak internal maupun pihak terkait lainnya, serta peneliti sendiri pada uraian berikut ini:

1. Bagi Peneliti

Memudahkan penulis Ketika akan terjun ke dunia bisnis, dimana penulis dapat memprediksi dalam aspek teori maupun praktek.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu bahan masukan serta bahan pertimbangan yang berguna bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan persepsi konsumen mengenai Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sebagai variable yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.