

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia dikenal sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, yaitu sekitar 248,22 juta jiwa atau 87,2% dari total populasi negara tersebut. Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal semakin meningkat, khususnya di Indonesia yang didominasi oleh konsumen Muslim (Sari & Susanti, 2025). Salah satu bidang usaha yang memiliki persaingan tinggi yaitu bidang makanan dan minuman, yang sering disebut dengan *Food and Beverage* (F&B). Label halal kini tidak hanya dianggap sebagai penanda kehalalan produk, tetapi juga sebagai simbol kepercayaan dan keamanan bagi konsumen dalam memilih makanan (Kornitasari & Faidah, 2022). Di sisi lain, perkembangan teknologi digital mendorong perubahan perilaku konsumen, di mana pembelian produk makanan kini banyak dilakukan melalui platform online atau aplikasi digital.

Label halal menjadi bentuk kepatuhan pelaku usaha dalam memenuhi kewajiban yang telah diatur dalam Undang - Undang Nomor 33 Tahun 2014 Pasal 4 serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Pasal 4A (Sopiah dkk., 2024). Proses sertifikasi halal diselenggarakan oleh BPJPH bekerja sama dengan LPH, sementara penetapan fatwa kehalalan dilakukan oleh MUI. BPJPH melaporkan bahwa hingga tahun 2024, sekitar 9,6 juta produk di Indonesia telah tersertifikasi halal. Dengan demikian, hal tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha dan masyarakat telah menyadari pentingnya kehalalan produk (Faridah, 2019).

Istilah halal berasal dari kata Arab “*Al-Hal*” yang berarti sesuatu yang diperbolehkan, bebas dari larangan, dan dilakukan sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Berdasarkan pengertian tersebut, halal dapat dipahami sebagai segala sesuatu yang dibolehkan oleh Allah SWT dan tidak bertentangan dengan hukum-Nya. Sementara itu, istilah *thayyib* dalam bahasa Arab berasal dari kata *ṭayyab*, yang bermakna suci, baik, dan halal (Paramitha, 2021). Label halal merupakan tanda atau logo resmi yang terdapat pada produk, yang menunjukkan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kehalalan sesuai dengan syariat Islam dan peraturan yang berlaku di Indonesia (Mutmainnah, 2022). Dalam Al-Qur’an, istilah *halalan ṭayyiban* terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 168, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِينٌ

Artinya: ”Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh nyata”.

Dari ayat tersebut, Allah memerintahkan umat manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal dan berkualitas baik, sekaligus melarang mereka mengikuti jejak setan yang mendorong terjadinya kejahatan dan permusuhan. Oleh karena itu, sebelum melakukan pembelian, konsumen perlu berhati-hati dalam memeriksa label halal pada kemasan produk makanan agar terhindar dari mengonsumsi sesuatu yang meragukan kehalalannya (Adinda, 2024).



Gambar 1. 1

Sertifikasi Halal Ayam Bersih Berkah

Sumber: Instagram Resmi @ayambersihberkah

Selain label halal, diskon juga menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen saat melakukan pembelian produk. Menurut Kottler dalam Alghifari (2021:24), diskon merupakan strategi promosi yang efektif untuk menarik konsumen, dengan memberikan kesempatan bagi mereka membeli produk dengan harga lebih murah dari harga normal, sehingga memengaruhi keputusan pembelian.

Salah satu bentuk inovasi digital yang memanfaatkan strategi diskon adalah aplikasi Qpon. Aplikasi Qpon merupakan platform promosi berbasis digital yang menyediakan berbagai potongan harga, voucher, dan promo menarik untuk berbagai produk secara Online (Hardiyanto, 2025). Melalui aplikasi ini, dimana konsumen dapat dengan mudah memperoleh informasi terkait promo, voucher, dan penawaran menarik dari berbagai usaha, sehingga memudahkan mereka dalam menentukan pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.



Gambar 1. 2
Promo Diskon

Sumber: Aplikasi Qpon

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pemberian diskon telah menjadi salah satu bentuk promosi yang banyak dimanfaatkan pelaku usaha dalam menawarkan produknya. Perkembangan teknologi digital juga membuat program diskon semakin mudah diakses oleh konsumen melalui berbagai platform digital yang menyediakan promo dan voucher. Kondisi tersebut memberikan kemudahan bagi konsumen terutama mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam memperoleh produk dengan harga yang lebih terjangkau sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.

Tabel 1. 1
Penjualan Ayam Bersih Berkah

NO	Bulan	Jumlah Penjualan	Omset
1.	September (2025)	6.800	Rp136.500.000

2.	Oktober (2025)	6.000	Rp119.000.000
3.	November (2025)	5.900	Rp117.500.000
4.	Desember (2025)	6.300	Rp127.800.000
5.	Januari (2026)	6.100	Rp121.500.000
6.	Februari (2026)	5.950	Rp118.200.000
7.	Maret (2026)	6.400	Rp129.500.000
8.	April (2026)	6.350	Rp126.800.000
9.	Mei (2026)	6.700	Rp135.200.000
10.	Juni 2026	6.550	Rp131.400.000

Sumber: Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung (data diolah penulis, 2026).

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah penjualan dan omzet Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung selama periode September 2025 hingga Juni 2026. Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai, penjualan dihitung dalam satuan pak, dengan 1 pak berisi 10 potong ayam. Selama periode tersebut, jumlah penjualan berada pada kisaran 5.900 hingga 6.800 pak per bulan dengan omzet berkisar antara Rp117.500.000 hingga Rp136.500.000. Meskipun secara umum penjualan berada pada kisaran yang relatif stabil, pada beberapa bulan tetap terjadi kenaikan dan penurunan jumlah penjualan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dapat mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Ayam Bersih Berkah telah memiliki label halal, secara rutin menawarkan program diskon melalui aplikasi Qpon, serta berupaya memberikan kualitas pelayanan yang

baik kepada konsumen, dimana ketiga faktor tersebut menjadi hal yang menarik untuk dikaji dalam hubungannya dengan keputusan pembelian konsumen.

Salah satu contoh penerapan strategi ini dapat dilihat pada Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung yang tergabung dalam aplikasi Qpon. Usaha ini telah beroperasi sejak 4 September 2025 dan hingga saat ini masih terus berjalan. Melalui aplikasi Qpon, kunjungan konsumen ke Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung meningkat karena adanya promo dan diskon yang ditawarkan. Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung menyediakan produk makanan halal dengan harga yang terjangkau serta secara rutin memberikan potongan harga melalui aplikasi Qpon. Strategi ini cukup efektif dalam menarik minat beli dan memengaruhi keputusan pembelian, khususnya di kalangan mahasiswa UIN Gunung Djati Bandung yang cenderung mempertimbangkan harga saat berbelanja.

Diskon dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa, terutama karena sebagian mahasiswa memiliki keterbatasan anggaran. Produk yang menawarkan potongan harga sering dianggap memberikan nilai lebih sehingga mampu menarik perhatian konsumen mahasiswa. Diskon dapat meningkatkan daya tarik produk meskipun terdapat faktor lain yang juga dipertimbangkan seperti label halal, kualitas rasa, kemasan, dan merek. Dengan demikian, pemberian diskon dapat menjadi strategi promosi yang efektif dalam menarik minat mahasiswa tanpa mengesampingkan aspek lain seperti kehalalan dan kualitas produk.

Dalam melakukan pembelian, konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga atau promo yang ditawarkan, tetapi juga memperhatikan pelayanan yang mereka terima selama proses pembelian. Pelayanan yang baik dapat memberikan rasa nyaman, meningkatkan kepuasan, serta menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dibeli. Menurut Ibrahim & Ali (2024), kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan serta keputusan konsumen dalam membeli produk atau jasa. Dalam konteks bisnis ayam bersih berkah Cabang Cipadung yang menggunakan aplikasi Qpon, kualitas pelayanan tidak hanya mencakup interaksi langsung antara konsumen dan pegawai, tetapi juga kemudahan menggunakan aplikasi serta akses pemesanan cepat.

Mahasiswa sebagai konsumen memiliki keterbatasan anggaran dan waktu, sehingga kualitas pelayanan yang cepat, responsif, dan mudah diakses menjadi sangat penting. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas konsumen, mendorong mereka melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Faktor lain yang perlu diperhatikan dalam proses pembelian konsumen adalah keputusan pembelian. Menurut Fadli & Devi (2023), keputusan pembelian menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan, karena hal ini berpengaruh dalam menentukan strategi promosi dan penjualan yang dilakukan oleh Ayam Bersih Berkah melalui aplikasi Qpon. Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses keputusan konsumen, di mana pembeli memutuskan untuk membeli produk yang telah dipilihnya (Kolinug dkk., 2022). Menurut Kotler dan Keller dalam Nur'Aini dkk., (2021), proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahapan, yaitu

pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternatif, penentuan pilihan pembelian, dan evaluasi setelah pembelian.

Selain itu, *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap terhadap suatu tindakan, pengaruh dari orang-orang di sekitar, dan sejauh mana seseorang merasa mampu melakukan pembelian. Teori ini penting untuk memahami bagaimana mahasiswa mengambil keputusan dalam membeli suatu produk, terutama ketika mempertimbangkan label halal dan diskon. Namun, teori ini belum menjelaskan secara jelas bagaimana kedua faktor tersebut memengaruhi keputusan mahasiswa secara bersamaan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk diteliti lebih lanjut guna memahami penerapan teori tersebut dalam konteks keputusan pembelian Produk Ayam Bersih Berkah di kalangan mahasiswa.

Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung merupakan konsumen yang aktif menggunakan platform digital dalam kegiatan konsumsi sehari-hari, khususnya aplikasi pemesanan makanan Online. Dalam pengambilan keputusan pembelian, mereka tidak hanya mempertimbangkan faktor ekonomi, seperti potongan harga, tetapi juga nilai-nilai religius, terutama kehalalan produk yang dikonsumsi, serta kualitas pelayanan yang diterima.

Produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung merupakan salah satu produk makanan yang telah memiliki label halal, rutin memberikan diskon melalui aplikasi Qpon, dan berupaya memberikan pelayanan yang cepat, responsif, serta memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan. Strategi ini berpotensi dapat meningkatkan kepuasan dan minat mahasiswa dalam membeli produk, namun

sejauh ini belum diketahui secara pasti seberapa besar pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap keputusan pembelian mahasiswa di lokasi penelitian.

Berdasarkan hasil terhadap penelitian terdahulu, diketahui bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian telah banyak diteliti. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang menjadi bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian. Meskipun demikian, masih terdapat celah penelitian karena sebagian besar penelitian hanya menguji pengaruh masing-masing faktor secara parsial atau menggabungkan variabel yang berbeda. Selain itu, penelitian yang menguji pengaruh label halal, diskon, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk makanan halal yang dijual melalui aplikasi digital masih terbatas. Perbedaan objek penelitian, penggunaan aplikasi Qpon sebagai media transaksi, serta karakteristik responden yang merupakan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan latar belakang religiusitas dan kepekaan terhadap teknologi juga menjadi aspek yang membedakan penelitian ini dari penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh label halal, diskon, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung melalui aplikasi Qpon pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil penjelasan latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Produk Ayam Bersih Berkah sudah memiliki sertifikasi halal, tetapi belum diketahui apakah label halal tersebut memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Diskon yang diberikan melalui aplikasi Qpon rutin tersedia, namun belum ada data yang menjelaskan apakah diskon benar-benar menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian mahasiswa.
3. Belum diketahui sejauh mana kualitas pelayanan, baik langsung maupun melalui aplikasi digital, memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa pada produk Ayam Bersih Berkah.
4. Belum ada penelitian yang meneliti label halal, diskon, dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian mahasiswa melalui aplikasi Qpon.

C. Batasan Masalah

Untuk menjaga agar penelitian tetap terarah dan tidak meluas ke aspek-aspek di luar variabel yang diteliti, peneliti menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada pengaruh label halal, diskon, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung melalui aplikasi Qpon. Oleh karena itu, penelitian ini hanya membahas ketiga aspek tersebut sebagai fokus utama penelitian.
2. Objek penelitian ini dibatasi pada produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung yang dijual melalui aplikasi Qpon. Penelitian ini

tidak mencakup pembelian yang dilakukan secara langsung di lokasi penjualan maupun melalui platform pemesanan lainnya.

3. Subjek penelitian ini dibatasi pada mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang pernah membeli produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung melalui aplikasi Qpon. Pemilihan responden tersebut disesuaikan dengan tujuan penelitian serta kriteria sampel yang telah ditetapkan.
4. Penelitian dilakukan di Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung, sehingga tidak mencakup cabang Ayam Bersih Berkah lainnya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Berapa besar pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung pada aplikasi Qpon di kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Berapa besar pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung pada aplikasi Qpon di kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung pada aplikasi Qpon di kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

4. Berapa besar pengaruh label halal, diskon dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung pada aplikasi Qpon di kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan diatas, maka penulis merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung pada aplikasi Qpon di kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Untuk menganalisis pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung pada aplikasi Qpon di kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung pada aplikasi Qpon di kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
4. Untuk menganalisis pengaruh label halal, diskon dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung pada aplikasi Qpon di kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, yakni sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam memahami pengaruh label halal, diskon dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi atau bahan acuan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji isu yang serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis (peneliti), Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, memperluas wawasan, serta memberikan pengalaman dan pemahaman bagi penulis dalam melakukan penelitian. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.
- b. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat membantu memahami bahwa pengaruh label halal, diskon dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen serta dampaknya terhadap permintaan produk.
- c. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi sumber wawasan dan referensi bagi mahasiswa yang meneliti objek atau permasalahan yang sama, maupun yang akan melakukan penelitian

7.	Revisi										
	Sidang										
	Penelitian										

Sumber: Diolah penulis, 2026

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi ini terdiri atas lima bab yang saling terhubung satu sama lain. Bab I menjabarkan bagian pendahuluan yang mencakup latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian, dan sistematika penulisan. Bab II ini memaparkan kajian pustaka serta landasan teori yang mencakup konsep label halal, diskon, kualitas pelayanan, dan teori keputusan pembelian. Selain itu, disajikan pula dengan penelitian terdahulu dan kerangka berpikir sebagai dasar penelitian. Kemudian, bab III ini menjelaskan metode penelitian yang meliputi pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data yang digunakan. Bab IV ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan berdasarkan data dari responden, kemudian menguraikannya dengan mengaitkan teori serta penelitian terdahulu mengenai pengaruh label halal, diskon, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Ayam Bersih Berkah Cabang Cipadung Kota Bandung melalui aplikasi Qpon pada kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Terakhir, bab V ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran yang diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak terkait maupun penelitian selanjutnya.