

# Pengaruh Inovasi Produk, Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mixue Di Sidoarjo

Oleh:

Nama Mahasiswa : Rika Riskiyawati

Dosen Pembimbing : Dewi Komala Sari, S.E.,M.M.

Progam Studi : Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Agustus, 2023

# Latar Belakang

Perilaku konsumen telah banyak terjadi perubahan terutama terhadap keputusan dari pembelian suatu produk ataupun jasa, Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya kualitas produk, konsumen tertarik membeli suatu produk dikarenakan melihat kualitasnya. Dan juga karena mayoritas masyarakat beragama islam, faktor halal menjadi salah satu hal yang menentukan keputusan pembelian. Selain itu inovasi juga sangat diperlukan untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian terhadap suatu produk.

penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Inovasi produk, label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mixue di Sidoarjo. Mixue dipilih sebagai objek karena mereka selalu menjaga kualitas produk mereka, selain itu produk mxue telah terdaftar dalam LPPOM MUI, Mixue juga selalu melakukan inovasi seperti mengeluarkan rasa dan varian baru pada produknya

# Research Gap

Berdasarkan penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat celah atau kesenjangan yang terjadi setelah adanya penelitian terdahulu mengenai inovasi produk, label halal, kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sehingga peneliti melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui hasil keterbaruan apakah variabel tersebut memiliki pengaruh atau tidak. Peneliti menemukan kesenjangan yang terdapat pada hasil atau bukti penelitian (*evidence gap*). *Evidence gap* yaitu kesenjangan bukti yang terjadi ketika penelitian baru bertentangan dengan kesimpulan yang diterima secara umum atau bertentangan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya telah mendukung hal ini, ada perbedaan antara yang berpengaruh dan tidak berpengaruh. Sehingga peneliti menyimpulkan adanya ketidak sesuaian antara hasil penelitian sebelumnya yang menarik peneliti untuk melakukan riset atau mengkaji ulang.

# Rumusan dan Tujuan Penelitian

- **Rumusan masalah**

Bagaimana inovasi produk, label halal, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mixue di Sidoarjo.

- **Pertanyaan Penelitian**

Apakah terdapat pengaruh antara inovasi produk, label halal dan kualitas produk dengan keputusan pembelian Mixue di Sidoarjo.

- **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Variabel Dependent (X) inovasi produk, label halal, dan kualitas produk terhadap Variabel independent (Y) keputusan pembelian konsumen pada Mixue di Sidoarjo

- **Kategori SDGS**

Penelitian ini berdasarkan kategori SDGs yang masuk dalam kategori dua belas dengan tujuan untuk memastikan pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan (*Responsible Consumption and Production*).

# Literatur Review

- **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen mempertimbangkan beberapa faktor untuk mengambil suatu keputusan ataupun kesimpulan dalam membeli produk ataupun jasa

- **Inovasi Produk**

Inovasi produk adalah proses memadukan kreativitas dengan tujuan untuk mengatasi masalah atau meningkatkan tujuan penggunaan suatu produk. Karena adopsi inovasi produk memiliki pengaruh yang begitu besar bagi para pelaku bisnis, maka inovasi produk menjadi sangat penting.

- **Label Halal**

Label dapat berupa isyarat visual langsung pada barang atau gambar yang sangat detail yang merupakan komponen penting dari pengemasan. Merek atau informasi merupakan isi dari label. Halal dapat digunakan untuk merujuk pada suatu perbuatan atau sesuatu yang sah menurut hukum Islam

- **Kualitas Produk**

Kualitas dapat didefinisikan sebagai kinerja produk, kehandalan, kegunaan, daya tarik, dan faktor lainnya [. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi fungsinya

# Hipotesis Penelitian

- H1 = Terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Mixue Sidoarjo*
- H2 = Terdapat pengaruh antara Label halal terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Mixue Sidoarjo*
- H3 = Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Mixue Sidoarjo*

# Metode

- **Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Metodologi penelitian asosiatif adalah pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini. Penelitian asosiatif mengkaji interaksi antara dua variabel atau lebih.

- **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Mixue Sidoarjo. Dan pendekatan sampling *non-probabilitas* dikombinasikan dengan *accidental sampling*. Berdasarkan perhitungan dengan rumus Lemeshow jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden.

- **Jenis Data Penelitian**

Jenis data penelitian adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner kepada konsumen pembelian Mixue masyarakat Sidoarjo

- **Jenis Skala Data**

Penelitian ini menggunakan skala likert 1-5

- **Uji Instrumen Penelitian**

Uji Validitas dan Reliabilitas

- **Metode Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan bantuan Smart PLS sebagai teknik multivariat pengukur variabel ekplanatori dengan variabel respon yang ada pada satu kali perhitungan

# Hasil Dan Pembahasan

## Hasil Penelitian

### Perhitungan Model Pengukuran ( *Outer Model* dan *Inner Model* )

#### 1. *Pengujian Outer Model*

##### Validitas

- Berdasarkan nilai loading factor pada tabel diatas, seluruh indikator bernilai lebih besar dari  $< 0,70$  maka dapat dinyatakan valid karena seluruh indikator memenuhi nilai kolerasi

##### Reliabilitas

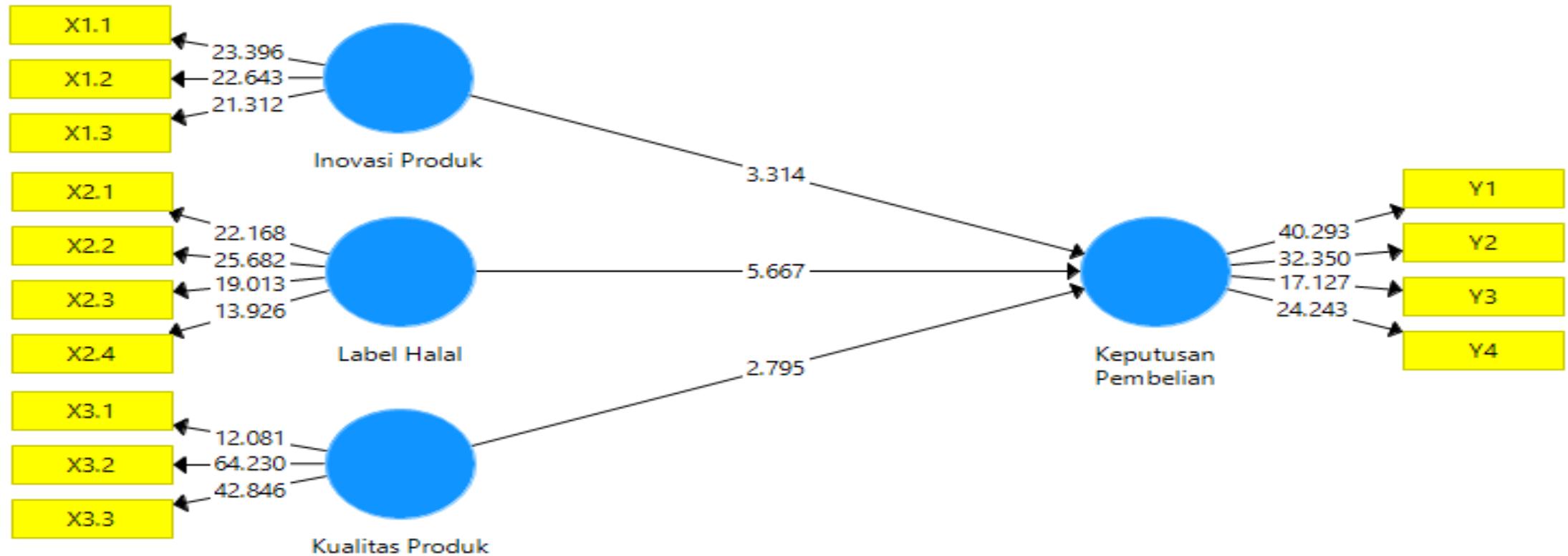
- nilai AVE setiap variabel penelitian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,5. Sehingga berdasarkan nilai *loading factor* dan nilai AVE disimpulkan bahwa penelitian ini memenuhi uji *validitas konvergen*.
- nilai *cross loading* pada *discriminant validity* menunjukkan bahwa nilai korelasi dari setiap variabel dalam penelitian ini dengan variabel itu sendiri memiliki nilai yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai korelasi antar variabel tersebut dengan variabel lainnya, maka bisa disimpulkan bahwa penelitian ini memenuhi syarat uji validitas diskriminan
- Nilai Cronbach's Alpha sangat baik karena nilai yang ditunjukkan diatas lebih dari 0,7 yang menjamin reliabilitas indikator konstruk memenuhi uji reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha pada tabel diatas menunjukkan nilai lebih dari 0,8 sehingga dinyatakan memiliki reliabilitas yang kuat

#### 2. *Pengujian Inner Model*

Berdasarkan tabel *path coefficients* diatas diketahui **Inovasi Produk** berpengaruh signifikan terhadap **Keputusan Pembelian** dilihat dari t-statistik sebesar 3,314 atau  $>1,96$  dan nilai p-values 0,001 atau  $<0,05$ . diketahui **Label Halal** berpengaruh signifikan terhadap **Keputusan Pembelian** dilihat dari t-statistik sebesar 5,667 atau  $>1,96$  dan nilai p-values 0,000 atau  $<0,05$ . diketahui **Kualitas Produk** berpengaruh signifikan terhadap **Keputusan Pembelian** dilihat dari t-statistik sebesar 2,795 atau  $>1,96$  dan nilai p-values 0,005 atau  $<0,05$

# Hasil Dan Pembahasan

## Bootstrapping Test Results



# Hasil Dan Pembahasan

## B. Pembahasan

### **Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Sidoarjo**

Hasil analisis pengujian membuktikan bahwa Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan inovasi adalah pengenalan dan penerapan dengan sengaja gagasan, proses, produk, dan prosedur yang baru pada unit yang menerapkannya, yang dirancang untuk memberikan keuntungan bagi individu, kelompok, organisasi dan masyarakat luas

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dinyatakan bahwa suatu inovasi pada produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk yang akan dibeli. Inovasi produk mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Semakin bervariasi, unik dan inovatif produk perusahaan maka semakin meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.

# Hasil Dan Pembahasan

## B. Pembahasan

### Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Sidoarjo

Hasil analisis pengujian membuktikan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan menentukan pilihan untuk membeli suatu produk tergantung pada tingkat kemaslahatan yang diberikan oleh produk tersebut. Untuk menentukan kemaslahatan maksimum dapat dilihat dari dua aspek, yaitu tingkat kehalalan dan sekaligus kemanfaatannya (*utility*)

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebagai konsumen muslim, persepsi terhadap ada atau tidaknya label halal pada suatu produk sedikit banyaknya pasti akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan sedikit banyaknya juga akan mengurangi keraguan konsumen akan kehalalan produk yang dibeli tersebut

# Hasil Dan Pembahasan

## B. Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Sidoarjo

Hasil analisis pengujian membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Setelah inovasi produk dilakukan, maka selanjutnya perusahaan harus menyertakan sisi kualitas produk. Mixue memiliki konsep es krim dengan banyak varian rasa dimana hal ini sudah memiliki kesan yang positif dimata konsumen. Namun, jika lebih ditingkatkan kualitasnya, dan lebih menambah produk lain selain menu es krim, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen, dan jika konsumen merasa puas, maka akan meningkatkan keputusan pembelian produk. Hasil ini sejalan dengan teori yang mengartikan kualitas produk adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik kualitas produk yang diberikan maka akan mampu meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk yang diproduksi perusahaan berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen.

# Kesimpulan

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk, label halal, dan kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mixue di Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan dengan cara menambah banyak varian rasa, label halal dari MUI yang terpampang pada gerai, dan Kualitas Produk yang baik dapat mendorong untuk meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian Produk Mixue di Sidoarjo. Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi gerai Mixue di Sidoarjo. Mixue harus selalu melakukan inovasi dengan mempertahankan produk mereka yang memiliki keunggulan dan perbedaan dengan produk lain. Selain itu label halal juga harus selalu dipampangkan pada gerai karena dengan memperlihatkan label halal maka konsumen akan lebih yakin dalam melakukan pembelian. Selain itu Mixue harus memperhatikan kualitas produk, kualitas produk baik akan menyebabkan konsumen puas dan memutuskan untuk membeli produk Mixue.

# Reference

- Diva. Angelia, (07 Agustus 2023) "Indonesia Negara Paling Doyan Boba di Asia Tenggara 2022," *GoodStats*. .
- Dzulfiqar. Fathur. Rahman, (07 Agustus 2023) "Profil Mixue, Perusahaan Es Krim dan Teh Tiongkok yang Aktif Ekspansi," *Katadata.Co.Id*. .
- Michael. Crawford and A. Di Benedetto, *New Product Management*, Tenth Edit. New York: McGraw Hill, 2011.
- Ernawati, Diah "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung," *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, vol. 7, no. 1, p. 17, 2019, doi: 10.20527/jwm.v7i1.173.
- Yuswohady, *Marketing to the Middle Class Muslim- Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2015.
- Bulan, Tengku Putri Lindung "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang," *J. Manaj. dan Keuang.*, vol. Volume 5 N, 2016.
- Paujjah, Rika. Kosim, Ahmad Mulyadi and Gustiawati, yarifah, "Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian," *Al Maal J. Islam. Econ. Bank.*, vol. 1, no. 2, p. 144, 2020, doi: 10.31000/almaal.v1i2.1847.
- Sitompul, Stepanus Sahala, "Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating," *Shar-E J. Kaji. Ekon. Huk. Syariah*, vol. 7, no. 1, pp. 50–64, 2021, doi: 10.37567/shar-e.v7i1.402.
- Kotler, philip and Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 J. Jakarta: PT. Indeks, 2016.
- Oktavenia, K. A. R and Ardani, I. G. A. K. S., "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi," *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 8, no. 3, p. 1374, 2018, doi: 10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08.
- Nadiya, Farisa Hasna and Wahyuningsih, Susanti, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 5, no. 2, pp. 1–20, 2020.
- Miles, D. Antthony, "A taxonomy of research gaps: Identifying and defining the seven research gaps Aug.,

# Reference

- *Proc. Dr. Student Work. Find. Res. Gaps-Res. Methods Strateg. Dallas, TX, USA, pp. 1–10., 2017.*
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Tjipjono. Fandy, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015.
- Kotler, philip and Amstrong, Garry, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: PT Indeks, 2018.
- Hubeis, Musa, *Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*. Jakarta: PT. Hecca Mitra Utama, 2012.
- Setiadi , Juli Nugroho , *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bogor: Kencana Prenada Media Group, 2019.
- Angipora, Marius P., *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Kotler, philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13,. Jakarta: rajawali, 2012.
- Dahlan, Abdulrohman Ahmad, *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: PT. Ichtiar Baru, 2006.
- As Pelu, Muhammad Ibnu Elmi, *Label Halal Antara Spiritualitas Bisnis dan Komoditas Agama*. Malang: Madani, 2009.
- Asman , Nasir, *Studi Kelayakan Bisnis: Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0*, Kodri (Ed).
- Yuningsih, Erni , *Manajemen Bisnis dan Inovasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020.
- Rangkuti, Freddy Pengemasan. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

