

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

ICHITAN adalah perusahaan pertama dan satu-satunya di Thailand yang memiliki keahlian dalam bidang teh hijau organik bebas kimia. Kami sangat teliti dalam menanam, memilih dan memproduksi daun teh. ICHITAN adalah satu-satunya perusahaan yang menggunakan teh hijau organik yang disertifikasi oleh Departemen Pertanian Thailand. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 dengan misi untuk menjadi pemimpin dalam bisnis minuman yang mengutamakan kualitas serta inovasi yang dapat mendukung lingkungan sekitar. ICHITAN menjadi yang terdepan di pasar minuman Thailand dalam waktu satu tahun dan lima bulan. ICHITAN lebih dari sekadar perusahaan teh hijau. Dalam bahasa Jepang, “ICHI” berarti “SATU”. Namun, hal ini tidak berarti ICHITAN ingin menjadi nomor satu dalam pasar minuman di Thailand. Arti sebenarnya adalah bahwa ICHITAN ingin membawa para karyawan, perusahaan serta pelanggan mereka bersatu.

Alasan peneliti mengambil objek minuman teh ichitan didasari karena Orang Indonesia tak hanya terkenal oleh budaya minum kopi, tapi juga [teh](#), hal inilah yang mendorong perusahaan Ichitan untuk menjual produknya di indonesia. Teh Ichitan melakukan promosi yaitu kejutan yang spesial untuk

pelanggan barunya di Indonesia. Program promosi Ichitan di beri judul Mendadak Jutaan, Mendadak Jutaan merupakan sebuah program, di mana [Ichitan](#) akan memberikan uang tunai senilai Rp 300 juta untuk masing-masing 30 orang pemenang. Program ini tersebar di seluruh Indonesia dengan total hadiah mencapai Rp 9 miliar.

Di dalam produk kemasan minuman teh Ichitan sudah terdapat label halal yang dimana masyarakat di Indonesia mayoritas kebanyakan pemeluk agama islam yang dimana di dalam Al-quran umat islam diperintahkan untuk makanan dan minuman halal. Rasulullah s.a.w bersabda: “Tidaklah tumbuh daging dari makanan haram, kecuali neraka lebih utama untuknya.” (HR At Tirmidzi). Ketidak inginan masyarakat Muslim untuk mengkonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan kejelian dalam proses pemilihan produk (high involvement). Sehingga akan ada produk yang dipilih untuk dikonsumsi dan produk yang tersisih. Kehalalan sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk makanan untuk memasuki pasar umat Muslim. Memastikan makanan yang di konsumsi halal menjadi tanggung jawab bagi setiap muslim.

Untuk mempermudah mengetahui makanan yang di konsumsi halal khususnya makanan dalam kemasan maka dapat dilihat dari label halal yang tercantum pada kemasan makanan tersebut. Label pada produk pangan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Sesuai dengan peraturan pemerintah negara republik indonesia No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan

Pangan pasal 2 ayat 1 “Bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam dan atau di kemasan pangan”. Pencantuman tulisan “halal” diatur oleh keputusan bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama No. 427/MENKES/SKB/VIII/1985. Makanan halal adalah semua jenis makanan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang terlarang/haram atau yang diolah menurut hukum-hukum Islam.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang di kemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut :

1. Apakah pencantuman label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman teh merek Ichitan ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman teh merek Ichitan ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman teh merek Ichitan ?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman teh merek Ichitan ?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh pencantuman label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman teh merek Ichitan.
2. Menganalisis pengaruh citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman teh merek Ichitan.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman teh merek Ichitan.
4. Menganalisis pengaruh harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman teh merek Ichitan.

D. Manfaat penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Bagi penulis, berharap dari penelitian ini akan mampu menambah wawasan serta lebih mengerti dan memahami teori-teori yang di dapat selama proses perkuliahan dimana berhubungan dengan manajemen pemasaran yaitu Marketing Communication

2. Manfaat praktis

- a. Bagi almamater, penelitian ini dapat menambah referensi yang ada dan dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terutama dalam ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.