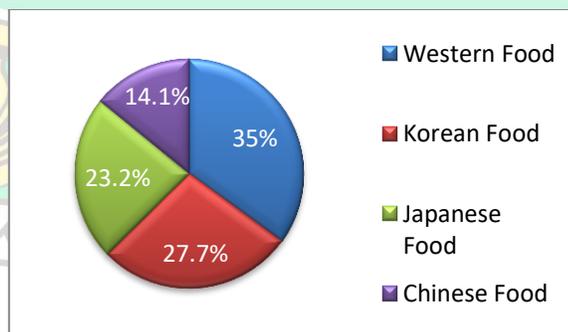


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi telah menciptakan perubahan sosial budaya yang sangat cepat sehingga setiap pola pikir, pola tindak dan pola perilaku masyarakat Indonesia sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya luar yang masuk melalui berbagai sarana informasi, komunikasi, dan berbagai teknologi lainnya. Banyaknya budaya asing yang masuk ke Indonesia memiliki dampak yang cukup berarti terhadap keberlanjutan hidup masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satu aspek penyerapan budaya dari luar terjadi di bidang kuliner khususnya makanan asing yang semakin populer di Indonesia. Makanan asing memiliki rasa dan ciri khas tersendiri dari setiap negara asalnya. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa orang Indonesia tertarik dengan makanan asing tanpa harus pergi ke negara tersebut. Berikut data jenis makanan asing yang disajikan di Indonesia:



Gambar 1 Jenis Makanan Luar di Indonesia Periode 2022

Sumber: Goodstate (2022)

Dari data tersebut, makanan Barat seperti burger dan kentang goreng memiliki persentase 35%, makanan Korea seperti ramyeon dan teokbokki sebanyak 27,7%, sementara makanan Jepang terutama ramen merupakan peringkat ketiga dengan penggemar sebanyak 23,2%, selanjutnya makanan khas Tiongkok 14,1%. Meskipun Barat dan Korea lebih dominan, kehadiran makanan Jepang mencerminkan daya tarik yang kuat dari hidangan-hidangan Jepang pada orang Indonesia. Makanan Jepang dengan keunikan variasi rasa dan dengan cita rasa yang lezat terus mempertahankan popularitasnya pada lidah orang Indonesia.

Makanan Jepang ini ada bermacam-macam dan salah satunya yang paling terkenal adalah ramen. Ramen adalah makanan yang berasal dari Tiongkok jika dilihat dari sejarah. Namun, bila dilihat dari fenomena yang sedang berlangsung ramen sudah menjadi makanan khas Jepang dan dapat dikatakan berasal dari Negara Jepang. Meskipun ramen bukan makanan khas Indonesia, tapi sebagian masyarakat Indonesia sangat antusias untuk mencoba makanan ini, khususnya di kalangan anak muda yang suka mencoba hal baru. Ramen di Indonesia disajikan tidak berbeda jauh dari negara asalnya, tetapi sudah melewati beberapa proses modifikasi yang disesuaikan dengan selera orang Indonesia. Di berbagai kota besar sudah banyak restoran ramen yang menjual produk dengan keunggulan dan keunikannya masing-masing. Ramen 1 Indonesia menjadi salah satu restoran yang menyusun konsep makanan ala Jepang di Indonesia. Ramen 1 Indonesia telah berdiri sejak tahun 2020 dan memiliki 66 outlet tersebar di Indonesia. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Outlet Ramen 1 Indonesia

Daerah	Penempatan	
Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> • Mall Taman Anggrek It. 4 • Mall FX Sudirman It. F2 • Mall Artha Gading It. 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Buaran Plaza It. 1 • Grand Kota Bintang W#18
Jawa Barat	<ul style="list-style-type: none"> • Margo City Mall Depok It. 2 • Dmall Depok It. 1 • Pesona Square Depok It. 2 • The Park Sawangan It. 1 • Cibinong City Mall It. 1 • Lippo Plaza Ekalokasari It. GF 	<ul style="list-style-type: none"> • TSM Cibubur It. UG • Metropolitan Mall Bekasi It. 2 • Teras Yasmin Bogor • Paris Van Java It. CL • D'Botanica Bandung It. LG\ • Jatinangor Town Square It. 1
Jawa Timur	<ul style="list-style-type: none"> • Mal Olympic Garden It. 3 • Malang Town Square It. UG • Kediri Mall It. GF 	<ul style="list-style-type: none"> • Lawu Plaza Madiun It. GF • Royal Plaza Surabaya It. 3
Jawa Tengah	<ul style="list-style-type: none"> • Mal Ciputra Semarang It. 2 • Armada Town Square Mall • Magelang It. GF • The Park Solo It. LG • Solo Paragon It. GF • DP Mall Semarang It. 2 • Transmart Pekalongan It. GF 	<ul style="list-style-type: none"> • Rita Supermall Purwokerto It. 1 • Pakuwon Mall Jogja It. 2 • Pacific Mall Tegal It. 1 • Jogja City Mall It. GF • Queen City Semarang It. GF • Pakuwon Mall Solo It. 2
Sumatera	<ul style="list-style-type: none"> • SKA Pekanbaru It. 1 • Living World Pekanbaru It. GF • Palembang Square It. GF • Transmart Padang It. GF • Jambi Town Square It. GF 	<ul style="list-style-type: none"> • WTC Batanghari Jambi It. 2 • Lampung City Mall It. G • PTC Mall Palembang It. M1 • Bencoolen Mall
Banten	<ul style="list-style-type: none"> • Cilegon Center Mall It. 3 • Supermal Karawaci It. UG 	<ul style="list-style-type: none"> • Ciputra Mal Tangerang It. 2
Bali	<ul style="list-style-type: none"> • Mall Bali Galeria It. 1 • Level 21 Mall Denpasar It. UG • Lombok Epicentrum Mall It. LG 	<ul style="list-style-type: none"> • Plaza Renon Bali It. GF • TSM Bali It. GF • Living World Denpasar It. LG
Sulawesi	<ul style="list-style-type: none"> • Mall Panakkukang It. GF • Nipah Makassar It. GF • TSM Makassar It. LG 	<ul style="list-style-type: none"> • Manado Town Square 3 It. 2 • The Park Kendari It. G • Megamal Manado It. G
Kalimantan	<ul style="list-style-type: none"> • BIG Mall Samarinda It. UG • Duta Mall Banjarmasin It. 3 • Pentacity Balikpapan It. GF • Plaza Balikpapan It. GF 	<ul style="list-style-type: none"> • Q Mall Banjarbaru It. 1 • Samarinda Central Plaza It. 1 • Gaia Bumi Raya City It. GF • Citimall Bontang It.G

Sumber: Instagram Ramen 1 Indonesia 2024

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa Ramen 1 Indonesia telah tersebar di berbagai Daerah di Indonesia yang meliputi: Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah,

Jawa Timur, Sumatera, Banten , Sulawesi, Bali, dan Kalimantan. Dari penyebaran outlet Ramen 1 Indonesia ini akan memudahkan masyarakat indonesia untuk dapat merasakan makan Jepang tanpa harus pergi ke negara Jepang itu sendiri. Dari semua outlet Ramen 1 Indonesia di Sumatera Barat, yang paling terkenal terletak di Transmart Padang. Dengan mengusung konsep restoran Jepang, Ramen 1 *Japanese Restaurant* Transmart Padang tidak hanya menyajikan hidangan, tetapi juga menciptakan suasana yang mengundang pelanggan untuk merasakan keunikan dan kelezatan kuliner Jepang. Menu yang beragam, mencakup hidangan dan minuman khas Jepang. Restoran ini menyajikan menu berbagai makanan jepang seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Daftar Menu dan Harga Ramen 1 Transmart Padang

Menu	Harga
Bento Crispy Chicken Crispy Chicken Steamed Rice Tofu Salad Clear Sop Sauce Thai	Rp. 35,000
Bento Chicken Karage Chicken Karage Steamed Rice Tofu Salad Clear Sop Sauce Thai	Rp. 35,000
Bento Fish Katsu Fish Katsu Steamed Rice Salad Clear Sop Sauce Thai	Rp. 35,000
Donburi Chicken Karage Donburi Yang Disajikan Dengan Tamagoyaki Dan Chicken Karage	Rp. 35,000
Donburi Chicken Katsu Donburi Yang Disajikan Dengan Tamagoyaki Dan Chicken Katsu	Rp. 35,000
Donburi Fish Katsu Donburi Yang Disajikan Dengan Tamagoyaki Dan Fish Katsu	Rp. 35,000
Seafood Spicy Crunchy Sushi Rice Nori Seafood Roll Crunchy Spicy Sauce Wasabi Dan Shoyu Sushi	Rp. 35,000
Seafood Maki Sushi Rice Nori Seafood Wasabi Dan Soyu Sushi	Rp. 35,000
Seafood Dynamite Sushi Rice Nori Seafood Dynamite Sauce Wasabi Dan Soyu Sushi	Rp. 35,000
Chicken Katsu Spicy Crunchy Sushi Rice Nori Chicken Katsu Crunchy Spicy Sauce Wasabi Soyu Sushi	Rp. 35,000
Chicken Katsu Nanban Sushi Rice Nori Chicken Katsu Nanban Sauce Wasabi Dan Soyu Sushi	Rp. 35,000
Chicken Katsu Dynamite	Rp. 35,000

Menu	Harga
Suahi Rice Nori Chicken Katsu Dynamite Sauce Wasabi Dan Soyu Sushi	
Tsukemen Seafood Tempura Tsukemen Yang Di Hidangkan Dengan Kuah Kaldu Dengan Topping Tempura	Rp. 38,000
Tsukemen Chicken Teriyaki Tsukemen Yang Di Hidangkan Dengan Kuah Kaldu Dengan Topping Chicken Teriyaki	Rp. 38,000
Tsukemen Chicken Katsu Tsukemen Yang Di Hidangkan Dengan Kuah Kaldu Dengan Topping Chicken Katsu	Rp. 38,000
Tsukemen Crispy Chicken Tsukemen Yang Di Hidangkan Dengan Kuah Kaldu Dengan Topping Crispy Chicken	Rp. 38,000
Dry Ramen Seafood Tempura Ramen Tanpa Kuah Rasa Kaya Gurih Pedas Dengan Topping Seafood Tempura	Rp. 38,000
Dry Ramen Chicken Teriyaki Ramen Tanpa Kuah Rasa Kaya Gurih Pedas Dengan Topping Chicken Teriyaki	Rp. 38,000
Dry Ramen Chicken Katsu Ramen Tanpa Kuah Rasa Kaya Gurih Pedas Dengan Topping Chicken Katsu	Rp. 38,000
Ramen Seafood Tempura Ramen Yang Dihidangkan Dengan Topping Lobak Telur Dan Seafood Tempura Diatasnya Disajikan Dengan Kaldu Khas Ramen 1	Rp. 38,000
Ramen Chicken Teriyaki Ramen Yang Dihidangkan Dengan Topping Lobak Telur Dan Chicken Teriyaki Diatasnya Disajikan Dengan Kaldu Khas Ramen 1	Rp. 38,000
Ramen Chicken Katsu Ramen Yang Dihidangkan Dengan Topping Lobak Telur Dan Chicken Katsu Diatasnya Disajikan Dengan Kaldu Khas Ramen 1	Rp. 38,000
Ramen Crispy Chicken Ramen Yang Dihidangkan Dengan Topping Lobak Telur Dan Crispy Chicken Diatasnya Disajikan Dengan Kaldu Khas Ramen 1	Rp. 38,000

Sumber: *Ramen 1 Japanese Restaurant Transmart Padang 2024*

Ramen 1 Transmart Padang adalah salah satu dampak dari globalisasi dan merupakan salah satu pilihan konsumsi bagi masyarakat. Selain Ramen 1 ada juga beberapa restoran yang mengangkat kuliner Jepang di kota Padang seperti : Kedai Mie Ramen & Sushi, Mie Ramen Bandung, Ramen 99, Ramen Street Enoki, dan Sushime. Restoran tersebut menyajikan makanan khas Jepang yang menarik untuk di nikamati. Namun Ramen 1 Transmart Padang memiliki popularitas diatas dari restoran-restoran jepang tersebut. Ramen 1Transmart Padang banyak disukai dan diminati dari

berbagai kalangan, terutama kalangan anak muda. Karena selain memiliki keunikan yang menjadikannya sebagai ciri khas dari penyajian makanannya, baik dari segi cita rasa, tata cara pelayanannya dan suasana restorannya yang dipenuhi dengan kebudayaan Jepang yang dapat menarik konsumen untuk datang. Walau tidak semua orang menyukai makanan Jepang, tetapi bagi konsumen yang melihatnya akan merasa penasaran untuk mencobanya sekali atau bahkan secara berulang. Tetapi tidak semua restoran Jepang sudah memiliki label halal. Di Jepang sendiri ramen terbuat dari bahan-bahan yang non halal seperti kuahnya yang berasal dari tulang babi yang direbus berjam-jam (tonkotsu) dan topping khas yang termasuk daging babi (chashu). Dan hal itulah yang membuat konsumen terlebih lagi umat Muslim akan merasa sedikit khawatir. Terlebih lagi masyarakat Padang yang mayoritas memeluk agama Islam dan memegang falsafah “Adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah” yang tentu berhati-hati dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi.

Dalam memilih dan akan membeli suatu produk makanan, umat muslim sangat memperhatikan mengenai kesadaran dan label halalnya suatu produk yang akan dibeli. Kesadaran halal merupakan pemahaman umat Islam dalam mengetahui masalah yang terkait dengan konsep halal. Dimana pengetahuan tersebut meliputi mengenai pemahaman produk apa yang boleh dikonsumsi dan mengenai bagaimana cara memproduksinya. Di kota Padang sendiri dengan falsafah “Adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah” menandakan bahwa Masyarakat Kota Padang yang berpegang teguh terhadap kitab Allah memiliki level atau tingkat kesadaran halal yang

begitu tinggi terhadap pemilihan makan yang akan dikonsumsi. Kesadaran halal suatu produk sesuai dengan standar halal Islam bisa menjadi syarat wajib bagi konsumen dan produsen untuk mengkonsumsi dan memproduksi suatu makanan (Nofianti & Rofiqoh , 2019). Berdasarkan penjelasan tersebut label halal dan kesadaran halal menjadi hal yang sangat penting untuk dijadikan pertimbangan oleh konsumen muslim dalam memilih atau membeli suatu produk.

Adapun setiap produk yang akan dibeli dan dikonsumsi pastinya memiliki label pada kemasannya. Label halal merupakan keterangan atau penjelasan mengenai produk yang berbentuk berupa gambar, tulisan, maupun gabungan antara keduanya, yang ditempelkan pada kemasan, dimasukkan ke dalam kemasan produk, atau merupakan bagian dari kemasan produk itu sendiri. Dalam penelitian yang mengkaji sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap minat beli produk makanan di restoran Jepang oleh Novianti et al., (2021), menyajikan temuan bahwa label halal memiliki peran signifikan sebagai faktor pertimbangan utama bagi konsumen sebelum melakukan pembelian produk makanan dari restoran Jepang. Penelitian tersebut memperkuat argumen bahwa sertifikat halal yang resmi dari MUI memiliki dampak positif pada preferensi konsumen membuktikan bahwa konsumen cenderung memilih restoran Jepang yang telah memperoleh sertifikasi halal secara resmi.

Selain kehalalan, faktor harga juga menjadi pertimbangan bagi orang Indonesia untuk membeli makanan Jepang ini. Terlebih lagi peminat makanan Jepang sebagian besar adalah generasi Z yang saat ini dominan belum berpenghasilan.

Generasi Z adalah generasi yang lahir antara rentang tahun 1997-2012. Generasi Z di kenal sebagai individu yang akrab dengan perkembangan teknologi. Dengan masuknya budaya Jepang ini tentu membuat generasi Z akan tertarik merasakan makanan Jepang agar tidak ketinggalan zaman. Karena generasi Z lahir antara rentang tahun 1997-2012 tentu sekarang masih berada di jenjang pendidikan yang membuat sebagian besar generasi Z belum berpenghasilan. Maka perlu ada kajian bagaimana harga dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada makanan Jepang. Penelitian yang dilaksanakan terhadap minat pembelian makanan Jepang oleh Nazilla & Kesuma (2023), menyatakan bahwa harga juga sangat berpengaruh terhadap minat pembelian sehingga menjadi pertimbangan dan minat konsumen untuk melakukan pembelian makanan Jepang. Minat beli adalah tingkat keinginan seseorang untuk bertindak sebelum memutuskan akan benar-benar melakukan suatu pembelian terhadap produk tertentu dimasa mendatang (Novianti et al., 2021).

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan sebelumnya, minat peneliti terfokus pada penyelidikan terkait kuliner Jepang dengan perhatian pada judul penelitian: **“Pengaruh *Halal Certification*, *Halal Awareness*, dan *Price* terhadap *Purchase Intention Ramen 1 Japanese Restaurant* pada Generasi Z di Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari konteks latar belakang masalah yang telah dijelaskan, perumusan masalah penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Halal Certification* terhadap *Purchase Intention Ramen I Japanese Restaurant* pada Generasi Z di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *Halal Awareness* terhadap *Purchase Intention Ramen I Japanese Restaurant* pada Generasi Z di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *Price* terhadap *Purchase Intention Ramen I Japanese Restaurant* pada Generasi Z di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini merujuk pada rumusan masalah, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Halal Certification* terhadap *Purchase Intention Ramen I Japanese Restaurant* pada Generasi Z di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Halal Awareness* terhadap *Purchase Intention Ramen I Japanese Restaurant* pada Generasi Z di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Price* terhadap *Purchase Intention Ramen I Japanese Restaurant* pada Generasi Z di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi wawasan tambahan terkait strategi pemasaran perusahaan, serta dapat menjadi referensi berharga bagi peneliti yang akan melanjutkan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan pedoman yang berharga bagi *Ramen 1 Japanese Restaurant Transmart Padang* dalam merancang dan mengembangkan strategi pemasaran, sehingga dapat meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan dengan perusahaan lain.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Sebagaimana telah dijelaskan dalam rumusan masalah, peneliti memberikan batasan pada penelitian dengan memfokuskan pada pengaruh *Halal Certification*, *Halal Awareness* dan *Price* Terhadap *Purchase Intention* *Ramen 1 Japanese Restaurant* pada Generasi Z di Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

Demi mempermudah pelaksanaan penelitian, peneliti menyusun sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab awal ini terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berkaitan dengan teori mengenai variable serta literature relevan yang digunakan serta mengulas dan membandingkan penelitian dengan temuan jurnal terdahulu, pengembangan hipotesis, dan membangun kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab berkaitan dengan bentuk penelitian, penentuan populasi serta sampel yang digunakan, sumber data, teknik pengumpulan data, operasionalisasi dan pengukuran variabel, serta alat analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini peneliti menguraikan identitas responden berdasarkan hasil instrumen penelitian, distribusi frekuensi, deskripsi variabel, pengolahan data dan pembahasan dari hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Bab ini memaparkan kesimpulan atas penelitian yang dilakukan, implikasi, keterbatasan penelitian, serta saran yang dapat dijadikan pertimbangan serta referensi untuk penelitian berikutnya.