

BAB I

PENDAHULUAN

sa I.1 Latar Belakang Masalah

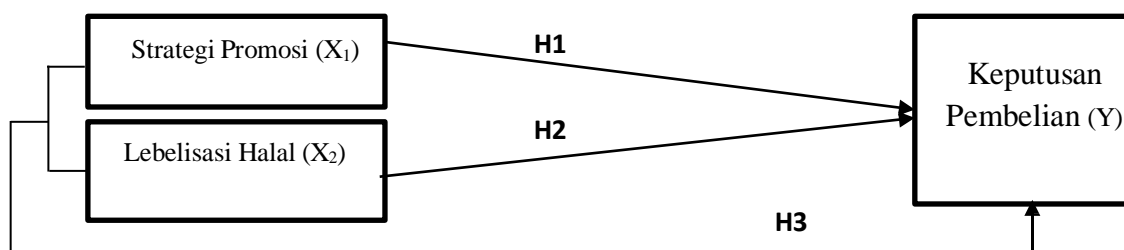
Industri mie instan di Indonesia memiliki peran strategis seiring meningkatnya kebutuhan akan makanan praktis. Berdasarkan data World Instant Noodles Association (2024), Indonesia menempati posisi kedua dunia dengan konsumsi 14,26 miliar porsi pada 2023 dan meningkat menjadi 14,54 miliar porsi pada 2024. Tingginya konsumsi ini menunjukkan bahwa mie instan telah menjadi bagian penting dalam pola makan masyarakat, sekaligus menciptakan persaingan pasar yang ketat.

Dalam kondisi tersebut, keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh rasa dan harga, tetapi juga oleh strategi promosi dan labelisasi halal. Merek lokal seperti Indomie dan Mie Sedaap, serta merek impor seperti Samyang, активно memanfaatkan promosi digital, influencer, dan inovasi produk. Selain itu, label halal menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim, terbukti dari meningkatnya minat beli setelah Samyang memperoleh sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia pada 2017.

Pangsa pasar mie instan impor juga mengalami peningkatan dari 22,5% (2023) menjadi 22,9% (2024), menunjukkan semakin kuatnya posisi produk impor di Indonesia, terutama di kalangan anak muda. Hal ini didorong oleh kombinasi strategi promosi yang efektif dan jaminan halal yang meningkatkan persepsi keamanan dan kepercayaan konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini difokuskan pada “**Analisis Pengaruh Strategi Promosi Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Instan Samyang Di Medan**”.

I.2 Kerangka Konseptual



Gambar I.1 Kerangka Konseptual

I.4 HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁: Strategi promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada mie instan samyang di Medan.

H₂: Lebelisasi halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada mie instan samyang di Medan.

H₃: Strategi promosi dan lebelisasi halal berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada mie instan samyang di Medan.