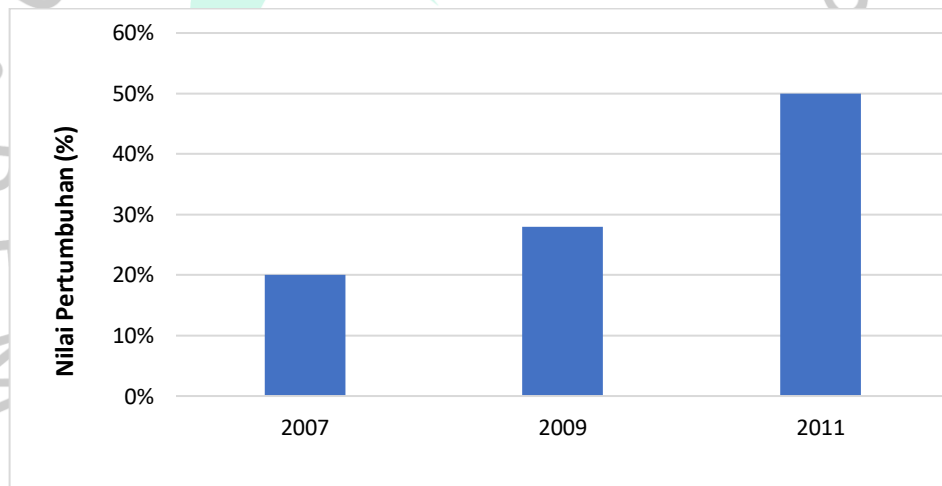


BAB I

PENDAHULUAN

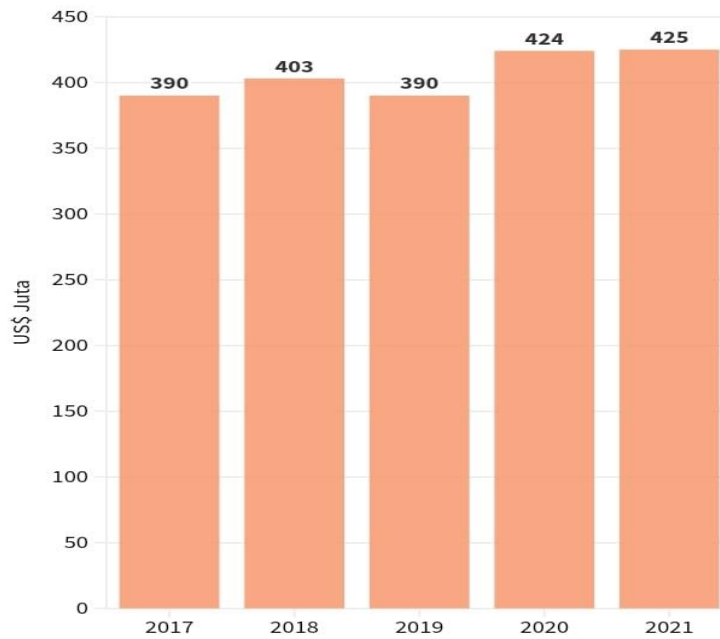
1.1 Latar Belakang

Belakangan ini di Indonesia banyak terdapat industri makanan. Industri makanan tersebut bisa dari lokal maupun luar Indonesia. Salah satu industri makanan yang ada di Indonesia yaitu industri es krim. Makanan dengan cita rasa yang manis dan memiliki sensasi yang sejuk ini banyak sekali disukai oleh banyak kalangan di Indonesia. Hal ini dikarenakan kondisi cuaca di Indonesia yang tropis dan cenderung panas sehingga industri es krim cukup diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia.



Gambar 1.1 Nilai Pertumbuhan Industri Es Krim Di Indonesia
(Sumber:Ukmindonesia.id)

Dari grafik diatas, dapat diketahui bahwa sejak tahun 2007 industri es krim di Indonesia telah mengalami pertumbuhan sampai dengan angka 10%-20% tiap tahunnya. Dan juga sudah mendekati 100 juta per liter serta juga memiliki nilai absolute diatas 2 triliun. Adapun yang melatarbelakangi nilai dari pertumbuhahn es krim tersebut karena adanya kenaikan dari konsumsi es krim masyarakat Indonesia per kapita. (Samosir, 2022).



Gambar 1.2 Penjualan Es Krim Di Indonesia Tahun 2017-2021
(Sumber: DataIndonesia.id)

Dari grafik yang dilampirkan diatas, bisa dilihat mengenai tingkat penjualan es krim di Indonesia cukup tinggi. Hal tersebut dapat mengartikan bahwa produk es krim memiliki jumlah permintaan yang tinggi juga dari masyarakat Indonesia dan juga dapat mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia yang tertarik untuk melakukan keputusan pembelian es krim.

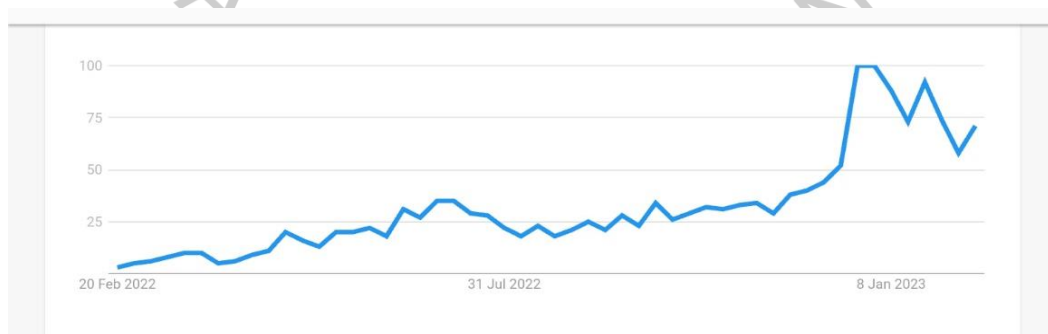
Gerai perusahaan yang ada di Indonesia yang cukup terkenal karena menyediakan es krim sebagai salah satu menu andalannya yaitu McDonalds dan juga KFC. Kedua gerai perusahaan tersebut sudah lama sekali masuk ke Indonesia sehingga banyak masyarakat yang mengetahui keberadaannya. Tetapi saat ini ada salah satu gerai yang bisa dibilang keberadaannya di Indonesia masih belum cukup lama namun banyak masyarakat yang mengenalnya. Gerai tersebut yaitu gerai produk es krim Mixue. Mixue berasal dari negara China yang telah memiliki lebih dari 10.000 outlet di China. Kota Bandung menjadi pusat *franchise* pertama Mixue di Indonesia pada tahun 2020. Kini gerai es krim Mixue tersebut banyak tumbuh sangat pesat di beberapa kota di Indonesia (Kurniawan, 2023).

Tabel 1.1 Daftar 7 Perusahaan F&B Dengan Gerai Franchise Terbanyak Di Dunia Tahun 2021

Nama Perusahaan	Jumlah Gerai
McDonalds	40.030
Subway	37.000
Starbuck	33.833
KFC	26.934
Mixue	21.582
Burger King	19.247
Dominos Pizza	18.848

(Sumber: Katadata.co.id)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa perkembangan gerai Mixue cukup melesat sangat cepat yakni mendunia dan bukan di Indonesia saja. Dalam tabel tersebut dapat diketahui pada tahun 2021 Mixue sudah hampir menyusul pesaingnya yaitu McDonalds dan KFC yang juga menyediakan menu es krim dalam gerai perusahaannya. Meskipun keberadaannya belum cukup lama di Indonesia tetapi gerai Mixue juga mampu mengalahkan Burger King dan Dominos Pizza yang keberadaannya sudah lebih dahulu dikenal oleh banyak orang. Selain itu, bisa dilihat juga bahwa Mixue menjadi perusahaan yang memiliki jumlah gerai *Franchise* terbanyak di urutan ke lima dunia. Hal ini tentunya cukup mengejutkan bagi beberapa perusahaan F&B besar lainnya.



Gambar 1.3 Grafik Kenaikan *Trends* Es Krim Mixue
(Sumber: *Google Trends*)

Berdasarkan grafik tersebut, Mixue telah mengalami kenaikan *trends* sejak Februari 2022 sampai dengan awal tahun 2023. Di dalam grafik kenaikan *trends* tersebut juga terlihat bahwa Mixue sempat mengalami penurunan namun tidak terlalu signifikan yakni bisa dilihat dari tingkat pertumbuhannya yang lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat penurunannya. Meskipun tingkat perkembangan kenaikan *trends* nya tidak terlalu konsisten tetapi Mixue masih mampu mempertahankan *trends* nya sampai sekarang. Kemampuan gerai Mixue dalam mengembangkan gerainya yang cukup cepat dan bisa menaikkan performanya sehingga bisa dikenal banyak oleh banyak orang di berbagai dunia khususnya Indonesia lah yang akhirnya membuat Penulis tertarik untuk memilih Mixue sebagai studi di dalam penelitian ini.

Gerai Mixue menawarkan banyak menu yang pastinya membuat masyarakat ingin mencoba dan membelinya. Adapun menu yang ditawarkan diantaranya Mixue Ice Cream, Boba Sundae, Boba-Shake, Creamy Mango Boba, Oats Milk Tea, Brown Sugar Milk Tea, dan lain sebagainya (Sari, 2023). Produk yang ditawarkan oleh Mixue memang bukan hanya es krim saja tetapi juga menawarkan minuman hits lain seperti boba dan milk tea yang kemudian diberikan topping es krim. Dengan adanya inovasi yang dilakukan oleh Mixue tersebut maka tidak heran banyak masyarakat yang akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian.

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya bahwa Mixue dalam waktu yang singkat telah memiliki jumlah gerai yang bisa dibilang banyak. Kesuksesan Mixue dalam mengembangkan gerainya di seluruh dunia ternyata berasal dari strategi bisnis yang dilakukan oleh Mixue. Strategi yang dilakukan oleh Mixue sangat tepat sasaran. Mixue sangat cerdas dalam menangkap peluang yang dibutuhkan dalam pasar. Selain itu, Mixue juga dapat memberikan harga lebih murah jika dibandingkan pesaingnya yang menjual produk sejenis tetapi kualitas produk Mixue tetap terjamin. Sehingga bisa dibilang bahwa Mixue adalah sebuah gerai es krim dan produk minuman yang memiliki rasa yang mahal namun harganya relatif terjangkau (Leeyan, Axhiang, 2023).

Keputusan pembelian adalah cara yang umumnya akan dilakukan oleh pelanggan yakni tindakan melakukan pembelian sesudah adanya tahap-tahap yang

dilakukan. Keputusan pembelian dapat terjadi ketika konsumen telah melakukan beberapa penilaian dari beberapa pilihan sehingga pada akhirnya konsumen mengambil tindakan pembelian pada sebuah produk ataupun tidak mengambil tindakan pembelian suatu produk. Tindakan konsumen terhadap keputusan pembelian suatu produk dapat dilakukan jika konsumen merasa sudah siap untuk melakukan ketetapan pembelian suatu produk (Ningsi & Ekowati, 2021). Sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian, pada umumnya konsumen akan melakukan penyamaan harga terhadap produk yang mahal dan berkualitas baik. Konsumen akan mempertanyakan kualitas suatu produk jika harga yang diberikan pada produk terlalu murah. Dengan begitu, kualitas produk dan harga mempunyai peranan yang cukup penting agar konsumen dapat melakukan keputusan pembelian (Sari & Prihartono, 2021). Oleh sebab itulah semua perusahaan harus bisa memperhatikan kualitas produk dan juga penetapan harga yang tepat bagi produknya begitu juga yang harus dilakukan oleh pemilik bisnis es krim khususnya Mixue.

Sebelumnya sudah disebutkan oleh Leeyan (2023), bahwa Mixue mempunyai harga yang terbilang ekonomis tetapi kualitas produknya sangat baik. Dengan begitu, untuk menguatkan persepsi tersebut, maka Penulis melakukan pre survey terhadap beberapa orang mengenai produk Mixue tersebut. Hasil dari pre survey yang dilakukan oleh Penulis yaitu:

Tabel 1.2 Hasil Pre Survey Terhadap Masyarakat Mengenai Ketertarikannya dengan Produk Mixue Yang Dilakukan Oleh Penulis

Faktor	Jumlah Orang	Persentase
Produknya	14	25%
Harganya yang terjangkau	28	49%
Promosinya yang menarik	4	7%
Tempatnya yang strategis	11	19%
Jumlah	57 orang	100%

(Sumber: Data Diolah Oleh Penulis, 2023)

Dari data yang ada diatas, faktor produk dan harga menjadi faktor dengan jumlah terbanyak yang dipilih oleh masyarakat. Dengan begitu, data tersebut semakin memperkuat persepsi yang mengatakan bahwa produk Mixue mempunyai kualitas produk yang baik meskipun harganya terbilang murah seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Kualitas produk menjadi hal yang dianggap penting karena bisa mempengaruhi peningkatan dalam bisnis. Pemilik bisnis akan berupaya untuk meningkatkan kualitas produknya yang dijadikan sebagai instrumen penting untuk mengendalikan pasar dari pesaing agar mampu mencapai popularitas. Oleh karena itu, kualitas produk harus terus dievaluasi dan juga ditingkatkan. Apabila kualitas dari produk dikatakan baik dan juga sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tidak terlalu memperdulikan harga yang telah diberikan pada suatu produk karena mereka puas dengan keputusan pembelian terhadap suatu produk yang menurutnya berkualitas baik (Sari & Prihartono, 2021). Mixue dalam menjual produknya juga selalu memperhatikan kualitas produknya meskipun harga yang ditetapkan bisa dibilang cukup murah.

Seperti yang sudah diketahui dari pre survey yang dilakukan oleh Penulis diatas, faktor harga lah yang paling banyak dipilih oleh responden mengenai ketertarikannya dengan produk Mixue. Sebelum berbelanja, hal utama yang akan diperhatikan oleh konsumen yaitu harga dari suatu produk. Setelah itu, baru diikuti oleh beberapa pertimbangan yang lainnya. Menurut Hasan (2016), karakter sebuah toko dapat dipilih oleh konsumen dikarenakan kesan konsumen terhadap harga. Dengan begitu, hal yang bisa perusahaan lakukan yaitu menetapkan harga sesuai mutu barang yang akan dijual. Pemberian harga jual yang teramat tinggi bisa membuat konsumen memilih pindah ke produk pesaing yang pastinya memiliki harga yang lebih murah. Mixue dalam hal penetapan harga untuk produknya sudah bisa dibilang sesuai karena banyak konsumen yang akhirnya tertarik dengan Mixue karena harganya yang terjangkau.

Persepsi kualitas produk dan harga dari produk Mixue diperkuat juga oleh Rosa (2023), yang mengatakan bahwa Mixue memiliki kekuatan yang terletak di harga. *Penetration pricing* dijadikan salah satu strategi yang digunakan oleh Mixue

menurut pendapat beliau. Selain itu, Mixue juga sangat cerdas merebut pasar es krim yang sudah ada sebelumnya dengan memberikan harga yang paling murah dibandingkan dengan pesaingnya. Dia juga menyebutkan bahwa produk Mixue mempunyai citra rasa yang enak dan Mixue mampu untuk membuat produk yang berkualitas sehingga mampu bersaing di pasaran.

Mengacu pada penelitian Winalda & Sudarwanto (2022) yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan juga signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda pada hasil penelitian Suwardi & Berliana (2022) yakni menyatakan tidak adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sementara untuk variabel harga merujuk pada penelitian Kumala & Anwar (2020) menyebutkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, menurut penelitian Puspita & Rahmawan (2021) menyebutkan adanya pengaruh negatif antara harga terhadap keputusan pembelian. Dari adanya sumber informasi maupun data yang ada diatas serta atas dasar penelitian terdahulu dengan hasil penelitian variabel kualitas produk dan juga harga yang berpengaruh atau tidak berpengaruh pada keputusan pembelian sehingga Penulis ingin melakukan penelitian mengenai hal tersebut dan menyajikannya sebagai karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue”**.

1.2 Rumusan Masalah

Didasarkan pada perolehan informasi, data, dan juga latar belakang yang sudah ada, rumusan masalah dari penelitian yang akan dilakukan diantaranya:

1. Apakah ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Mixue?
2. Apakah ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian produk Mixue?
3. Apakah ada pengaruh secara bersamaan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Mixue?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Agar bisa mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Mixue.

2. Agar bisa mengetahui pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian produk Mixue.
3. Agar bisa mengetahui pengaruh secara bersamaan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Mixue.

1.4 Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini diantaranya yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penulis harap hasil penelitian yang dilakukan bisa menambah ilmu pengetahuan terbaru dan juga menyumbang literature bacaan Universitas Pembangunan Jaya dan juga sebagai referensi mahasiswa lain jika membutuhkan informasi mengenai penelitian sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis penelitian ini untuk beberapa pihak diantaranya:

1. Bagi Perusahaan Produk Mixue

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai sumber informasi perusahaan Mixue agar bisa meningkatkan lagi ketertarikan pembelian konsumen agar perusahaan Mixue bisa berkembang lebih banyak lagi kedepannya.

2. Bagi Penulis

Diharapkan Penulis bisa menambah wawasannya setelah melakukan penelitian ini dan juga bisa menambah pengetahuan mengenai manajemen pemasaran. Lalu, diharapkan juga Penulis bisa meningkatkan keahlian dalam melakukan penelitian dan memberikan pengalaman meneliti yang berharga.

3. Bagi Akademik

Bisa dijadikan referensi bagi peneliti lain jika tertarik meneliti penelitian sejenis untuk menambah wawasan ataupun informasi seputar untuk penelitiannya.