

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di era globalisasi ini sangat berkembang pesat dan berkesinambungan. Para pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan pendapat konsumen sebagai orientasi utama. Salah satu usaha yang cukup menjanjikan dan digemari oleh konsumen adalah usaha dalam penyajian minuman yang dapat dimulai dari skala kecil sampai dengan bisnis berskala besar. (Setiawan, 2022)

Karena konsumen yang berbeda memiliki tingkat kesadaran yang berbeda-beda mengenai keadaan barang, yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka, produk yang sama tidak selalu memberikan penilaian yang sama. Untuk memahami preferensi pelanggan terhadap kualitas produk dan citra merek berdasarkan keputusan pembelian konsumen, *Ice Cream Mixue* perlu mengetahui evaluasi konsumen terhadap produk pesaingnya. (Studi dkk., t.t.)

Es krim bukan hanya makanan ringan yang disukai anak-anak, orang dewasa juga menyukai es krim karena rasanya yang segar dan menghilangkan dahaga. Es krim paling banyak dicari saat suasana panas karena makan es krim dipercaya dapat menyegarkan tubuh setelah menghadapi cuaca panas. Ice cream

juga sering dipilih sebagai sajian cemilan anak-anak karena rasanya yang manis dan cocok dengan lidah anak-anak. (Paramitra, 2023)

Di musim kemarau, ketika suhu di Indonesia bisa mencapai tingkat yang sangat tinggi, es krim adalah makanan ringan siap saji populer yang tersedia di seluruh negeri. Hal inilah yang mampu membujuk produsen es krim Indonesia untuk bersaing di pasar Indonesia. saat-saat ketika ketersediaan makanan berada pada puncaknya. (E-issn dkk., 2023)

Ada semakin banyak alternatif es krim yang tersedia untuk konsumsi konsumen karena kemudahan dalam menemukan merek berbeda dari perusahaan berbeda di pasar. Di Indonesia tingkat konsumsi es krim adalah paling rendah di kawasan Asia Tenggara, dua pertiga lebih rendah dari pada tingkat konsumsi di negara-negara jiran. (Prabowo, 2021)

Brand Mixue *Ice Cream and Tea* belakangan ini sempat menggemparkan Indonesia. Minuman teh dan es krim soft serve tersedia dari perusahaan waralaba Mixue. Zhang Hongchao mendirikan perusahaan es krim Tiongkok ini pada tahun 1997. Saat ini, Mixue memiliki lebih dari 21.000 lokasi di seluruh dunia, termasuk lebih dari 300 di Indonesia. Bagi orang Indonesia yang menyukai masakan murah dan manis, meringue sangat cocok untuk selera mereka. Pelanggan mengunjungi Mixue lebih sering dibandingkan pesaingnya karena rasanya yang luar biasa dan biaya yang cukup rendah. (Rosmayanti, 2023)

Mixue merupakan sebuah merek es krim ternama yang saat ini semakin populer, salah satunya termasuk mixue di daerah kelurahan Bintara. Mixue merupakan menjadi salah satu merek es krim yang serta ikut bersaing pada persaingan saat ini. Produk-produk lain selain Mixue juga memperhatikan dan menjaga kualitasnya, tetapi berbeda dengan Mixue, Mixue berusaha buat memperhatikan kualitas produk dan Citra mereknya agar dapat memenangkan persaingan, meningkatkan penjualan dan meningkatkan Kepuasan Pelanggan nya.

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Es Krim Mixue Dengan Produk Lain

Nama Produk	Mixue	Ai-CHA	Momoyo
Harga Produk	Rp 8.000	Rp 8.000	Rp 8.000
	Rp 13.000	Rp 13.000	Rp 16.000
	Rp 16.000	Rp 22.000	Rp 16.000

Sumber : Daftar menu dan harga yang survei langsung ke lokasi toko es krim tersebut.

Mixue sanggup menekan biaya produksi yang rendah karena mereka membangun rantai pasokan sendiri dan mengelola sendiri proses produksi bahan baku, pergudangan, dan logistik. Cara ini jelas memotong perantara pihak ketiga dan menjaga biayanya logistik sangat rendah.

Dengan jumlah *franchise* yang terus bertambah, Mixue memiliki kapasitas untuk membangun tempat pelatihan untuk menyempurnakan manajemen dan sistem operasinya. Seperti untuk menyediakan dukungan efektif dari pemilihan toko, renovasi toko, pelatihan staf, manajemen toko, pemeliharaan perangkat lunak dan perangkat keras toko. Sistem yang mereka buat jelas menarik lebih banyak peminat waralaba.

Mixue juga tidak butuh biaya besar untuk melakukan promosi. Apalagi, dengan kepopuleran brand saat ini di media sosial, banyak orang yang penasaran dan otomatis mencari Mixue meski mereka sama sekali tidak memasang iklan.

Manajemen dan sistem operasi yang efektif inilah yang kemudian membuat waralaba Mixue mampu menjual produk enak dengan harga yang murah meriah. (Sabki, 2023)

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah dari judul skripsi "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Mixue di Cabang Bintara":

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Es Krim Mixue pada Cabang Bintara?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Es Krim Mixue pada Cabang Bintara?
3. Apakah secara kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Es Krim Mixue pada Cabang Bintara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas produk Es Krim Mixue terhadap keputusan pembelian konsumen di Cabang Bintara
2. Untuk mengetahui apa citra merek Es Krim Mixue terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cabang Bintara.

3. Untuk memastikan citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa hasilnya akan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat, yaitu:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti, khususnya ilmu pemasaran tentang keputusan pembelian konsumen melalui pengolahan informasi dan data yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Bagi perusahaan

Temuan penelitian ini diyakini akan memberikan informasi berguna bagi para pelaku bisnis untuk memikirkan pentingnya kualitas produk dan citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.5 Batasan Masalah

Supaya penelitian ini lebih terarah dan tepat pada sasaran dengan maksud dan tujuan penelitian, maka peneliti membatasi dan lebih memfokuskan penelitian ini hanya pada permasalahan membangun Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Mixue Di Cabang Bintara.

Sistematika Tugas Akhir

Untuk mempermudah dalam penulisan dan mendapatkan gambaran secara ringkas mengenai proposal ini, maka sistem penulisannya dibagi dalam tiga bab yang secara garis besar disusun sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya di susun rumusan masalah dan di uraikan tentang tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta batasan masalah kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II : Telaah Pustaka

Pada bab ini membuat literatur yang mendasari topik penelitian pada umumnya dan model konseptual penelitian pada umumnya, kerangka berpikir dan penelitian terdahulu.

BAB III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka konseptual serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang telah di peroleh.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Pada Bab ini akan membahas mengenai analisis data yang telah diperoleh dalam penelitian yang dilengkapi dengan gambaran umum perusahaan secara singkat, serta hasil dari penelitian tersebut.

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan bab penutup dari penulisan ini dimana akan dijelaskan simpulan yang merupakan rumusan dari analisa dan pembahasan bab-bab sebelumnya, dan dari simpulan tersebut akan dihasilkan Implikasi Manajerialnya, tentang bagaimana meningkatkan produktifitasnya yang nantinya dapat dipergunakan pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam penelitian.