

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner saat ini memiliki peluang yang sangat baik untuk berkembang karena perubahan dalam pola hidup manusia, terutama dalam hal kebutuhan akan makanan dan minuman. Dengan mengikuti perkembangan zaman saat ini, makanan dan minuman dapat memenuhi kebutuhan gizi dan menjadi bagian dari cara hidup untuk mengikuti tren. (Hartinah et al., 2023)

Posisi industri minuman saat ini didukung oleh permintaan pasar yang terus berkembang. Bubble tea dan es krim dengan berbagai rasa sekarang menjadi tren. Karena membuka banyak toko es krim, perusahaan waralaba es krim Mixue asal China menjadi terkenal di Indonesia.

Salah satu masalah bagi gerai Mixue adalah tingginya persaingan dengan produk serupa. Gerai lain dengan konsep serupa, seperti Ai-CHA, Holly Tea, dan We Drink, menawarkan menu dan harga yang sama dan lebih murah. Ai-CHA, merek es krim dan teh asal Tiongkok, adalah pesaing baru Mixue di Indonesia. Selain Ai-CHA, ada juga Holly Tea dan We Drink, yang menjual teh dan es krim dengan harga yang sama.

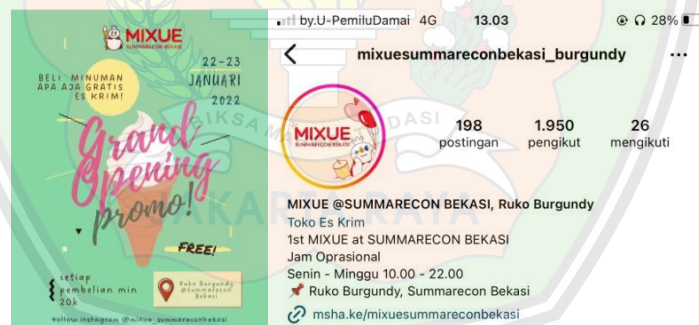
Mixue adalah restoran Tiongkok yang didirikan pada bulan juni 1997. Mixue telah tersedia di Indonesia sejak 2020. Toko pertamanya berada di Jalan Cihampelas, Kota Bandung. (Azhara et al., 2023)



Sumber : data.goodstats.id

Gambar 1. 10 Provinsi Dengan Gerai Mixue Terbanyak Di Indonesia

Mixue berhasil membuka banyak gerai di berbagai kota di Indonesia hanya dalam waktu tiga tahun. Data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa tiga gerai Mixue terbanyak terletak di Pulau Jawa: 189 gerai di Jawa Barat, 114 gerai di Jawa Timur, dan 113 gerai di Jawa Tengah.



Sumber : diperoleh dari *instagram mixue summarecon bekasi*

Gambar 1. 2 Gerai Mixue pertama di Kota Bekasi

Mixue Ice Cream and Tea masuk ke Kota Bekasi pertama kalinya pada bulan Januari tahun 2022, tepatnya pada gerai ruko burgundy summarecon bekasi, yang melakukan grand opening pada tanggal 22 Januari 2022.

Menurut (Soedjono, 2019). dalam pengambilan keputusan pembelian maka kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat. Konsumen harus mempertimbangkan kualitas produk sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli barang. (Setiawan et al., 2023).

Tabel 1. 1 Pra Survei Kualitas Produk Mixue Ice Cream

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Saya membeli produk Mixue ice cream and tea karena kualitas produk yang diberikan	10	33,3	20	66,7

Sumber : Data Olahan Tahun 2024

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian produk dengan kualitas yang diberikan Mixue ice cream and tea dengan menjawab “Ya” sebesar 33,3% dan menjawab “Tidak” sebesar 66,7%. Hal ini menandakan kualitas produk yang diberikan oleh Mixue ice cream and tea cukup rendah. Dalam konteks ini maka Mixue harus memberikan perhatian lebihnya terhadap kualitas hidangan es krim dan boba yang diberikan kepada konsumen.

Salah satu faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah harga (pricing). Harga adalah komponen tambahan yang mempengaruhi minat beli konsumen. Penetapan harga dapat mempengaruhi jumlah produk yang mampu dijual oleh perusahaan karena harga sendiri merupakan faktor yang dianggap paling penting bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian

mereka. Harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang mempengaruhi minat beli. (Hartati, 2021)

Tabel 1. 2 Daftar Harga Gerai Ice Cream

Daftar Menu Dan Harga Gerai Ice Cream		
Nama Gerai	Daftar Menu	Daftar Harga
MIXUE	Mixue Ice Cream Cone	Rp. 8.000
	Boba Sundae	Rp. 16.000
	Creamy Manggo Boba	Rp. 22.000
	Red Bean Milk Tea	Rp. 19.000
	Pearl Milk Tea	Rp. 19.000
	Hawaiian Fruit Tea	Rp. 22.000
	Passion Fruit Jasmine Tea	Rp. 22.000
	Supreme Milk Tea	Rp. 22.000
	Coffe Cookies Sundae	Rp. 18.000
Sumber : <i>Blibli.com</i> (2024)		
HOLLY TEA	Vanilla Ice Cream Cone	Rp. 8.000
	Boba Sundae	Rp. 16.000
	Creamy Manggo Boba	Rp. 20.000
	Red Bean Milk Tea	Rp. 16.000
	Pearl Milk Tea	Rp. 16.000
	Hawaii Fruit Tea	Rp. 18.000
	Passion Fruit Jasmine Tea	Rp. 16.000
	Supreme Milk Tea	Rp. 18.000
Sumber : <i>Pergikuliner.com</i> (2024)		
WE DRINK	Ice Cream Original	Rp. 8000
	Brown Sugar Pearl Sundae	Rp. 16.000
	Strawberry Milkshake	Rp. 16.000
	Strawberry Sundae	Rp. 16.000
	Peach Ice Smoothie Snow	Rp. 16.000
	Ice Americano Coffe	Rp. 12.000
	Coffe Latte	Rp. 12.000
	Cappucino	Rp. 12.000
Sumber : <i>Pergikuliner.com</i> (2023)		

Berdasarkan hasil perbandingan harga diatas, dapat disimpulkan bahwa harga yang diberikan oleh mixue relatif lebih mahal dibandingkan dengan harga yang diberikan oleh Holly Tea dan We Drink. (Nurliyanti et al., 2022) mengemukakan pendapat ahli bahwa nilai barang atau jasa dapat dihitung dalam

bentuk uang berdasarkan nilai individu atau perusahaan yang bersedia memberikan barang atau jasa kepada orang lain.

Penelitian ini sebelumnya sudah pernah diteliti sehingga terdapat *research gap*. Beberapa penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Salah satu penelitian (Astuti et al., 2019) menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun menurut (Fetrisen & Aziz, 2019) , menunjukkan hasil bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh (Ilmiyah & Krishnawan, 2020) mengatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun terdapat hasil penelitian yang dilakukan oleh (Maharani, 2020) menunjukan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena dari beberapa penelitian terdahulu, maka penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Melalui Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, Maka dapat dituliskan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2020 universitas bhayangkara jakarta raya?
2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2020 universitas bhayangkara jakarta raya?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2020 universitas bhayangkara jakarta raya?
4. Apakah harga berpengaruh positif terhadap minat beli pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2020 universitas bhayangkara jakarta raya?
5. Apakah minat beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2020 universitas bhayangkara jakarta raya?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2020 universitas bhayangkara jakarta raya.
2. Untuk dapat mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2020 universitas bhayangkara jakarta raya.
3. Untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2020 universitas bhayangkara jakarta raya.
4. Untuk dapat mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2020 universitas bhayangkara jakarta raya.
5. Untuk dapat mengetahui pengaruh minat beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2020 universitas bhayangkara jakarta raya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini pada akhirnya diharapkan dapat memberikan manfaat untuk semua pihak, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Kajian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Melalui Minat Beli, khususnya dalam bidang ilmu manajemen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menjual produknya agar dapat meningkatkan penjualannya.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi para peneliti selanjutnya yang memiliki penelitian yang sejenis.

c. Bagi penulis

Dapat dijadikan sebagai ilmu dan pengetahuan tambahan selama masa perkuliahan dibidang manajemen pemasaran.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah ditulis oleh peneliti, dan untuk menghindari menyebarnya permasalahan maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Penelitian ini dilakukan secara acak pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Penelitian ini tentang Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Melalui Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini menggunakan sistematika penulisan untuk meningkatkan kejelasan dan kemudahan dalam penyusunan skripsi. Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Merangkum seluruh penelitian dan memberikan gambaran umum tentang masalah dan fenomena terkait kualitas produk, harga dan keputusan pembelian mixue melalui minat beli. Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TELAAH TEORITIS

Mencakup landasan teori dan penelitian terdahulu yang akan diterapkan menjadi kerangka konseptual dan landasan teori yang terdiri dari harga, promosi, keputusan pembelian dan minat beli.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pemaparan populasi sampel yang akan digunakan, mengidentifikasi variabel variabel penelitian, dan menjelaskan bagaimana variabel tersebut diukur. Selain itu disampaikan teknik pengamblan data dan metode analisis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai deskripsi hasil penelitian, hasil analisis penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan yang telah didapatkan dari hasil penelitian, keterbatasan, dan saran yang diberikan penulis sehubungan dengan penelitian.