

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemilik Perusahaan akan dihadapi dengan peluang dan tantangan bisnis kedepan sehingga perusahaan akan mendorong manajemen untuk merancang strategi dalam bersaing. Strategi yang baik dan tepat akan membentuk keputusan konsumen untuk membeli produk. Perusahaan dalam menerapkan strategi yang tepat niscaya mampu bersaing dan menjamin perusahaan dalam jangka panjang. Persaingan yang semakin banyak sehingga konsumen memiliki pilihan yang tepat dalam memilih produk yang diinginkan, dengan ini konsumen lebih berhati-hati dalam memilih produk yang ada dipasaran (Ardiyansyah, 2023).

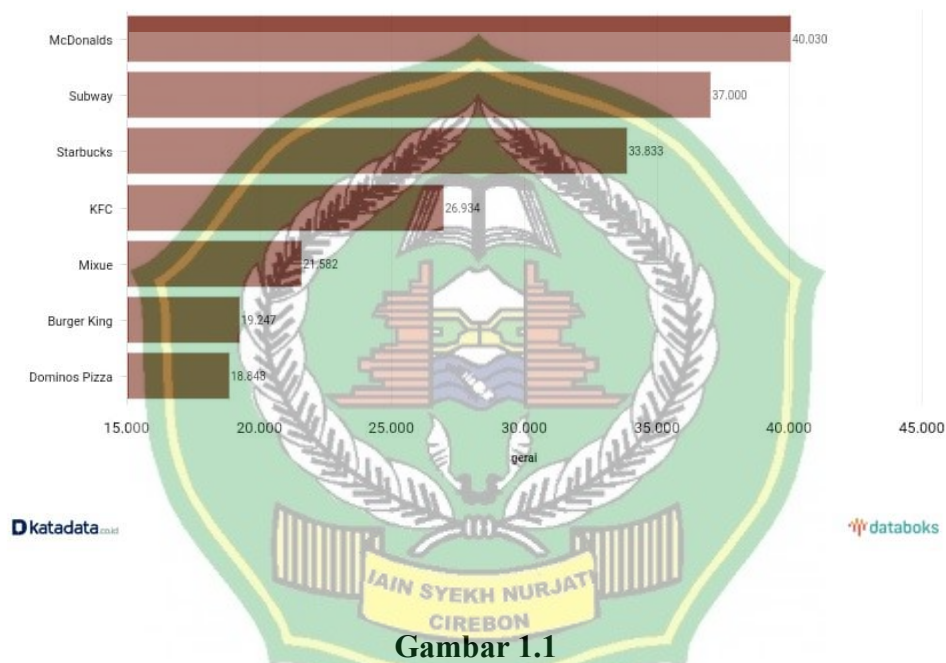
Dalam menghadapi persaingan saat ini, Para pengusaha harus melakukan berbagai cara untuk melihat dan memahami para konsumen dalam memilih produk. Perusahaan juga harus mampu mengeluarkan berbagai produk yang dibutuhkan oleh konsumen agar perusahaan tetap berjalan. Strategi yang harus dikeluarkan perusahaan adalah kualitas produk, Cita rasa dan Harga yang ditawarkan untuk menarik konsumen memilih produk tersebut.

Setiap Pengusaha Mampu mempertahankan Keberlangsungan Perusahaannya. Industri Kuliner adalah salah satu Bisnis yang berkembang pesat saat ini dan mampu menghasilkan keuntungan yang lebih besar Sehingga banyak orang termotivasi untuk membuka usaha kuliner ini. Dengan perkembangan dunia usaha kuliner ini, banyak persaingan yang ada sehingga Para pengusaha harus memiliki keunggulan kompetitif. Dunia kuliner mampu memberikan inovasi yang kuat untuk menciptakan cita rasa yang berbeda, cara penyajian yang unik dan cara kreatif dalam menyediakan produk. Inovasi inilah yang akan memberikan ciri khas yang berbeda dengan usaha kuliner lain (Notanubun, 2023).

Industri Kuliner yang ada di Indonesia salah satunya industri minuman yang kini mampu memberikan inovasi berbeda yaitu Minuman Ice cream Mixue. Dengan Meluasnya teknologi saat ini, mixue telah tersebar diberbagai daerah

yang ada di Indonesia mampu mengeluarkan berbagai jenis produk yang memiliki ciri khas tersendiri.

Mixue ice cream and tea adalah perusahaan waralaba yang menjual ice cream sajian lembut dan minuman teh asal China yang didirikan oleh Zhang Hongchao pada tahun 1997. Perusahaan ice cream mixue ini sudah mengoperasikan lebih dari 21.000 di berbagai negara yaitu China, Vietnam, Singapura, Malaysia dan bahkan Indonesia (Kasih et al., 2020). Perusahaan Mixue ice cream and tea sekarang menempati posisi 5 di top 7 Perusahaan F&B dengan gerai waralaba terbanyak pada tahun 2021



Gambar 1.1
Top 7 Perusahaan F&B Gerai Waralaba Terbanyak Global (2021)

Sumber : databoks.katadata.co.id

Menurut data di atas, Mixue Ice Cream & Tea menempati posisi ke-5 Franchise terbanyak di dunia dengan jumlah 21.582 gerai waralaba (franchise) yang tersebar di berbagai negara pada tahun 2021. Gerai mixue telah melebihi jumlah gerai Burger King dan Domino's Pizza. Perusahaan-perusahaan asal Amerika tersebut masing-masing mempunyai jumlah gerai 19.247 dan 18.848 pada tahun 2021. McDonalds menempati posisi pertama dengan jumlah terbanyak 40.030 gerai yang tersebar di berbagai negara, selanjutnya oleh Subway yang menempati posisi kedua dengan jumlah gerai sebanyak 37.000 yang tersebar

diberbagai negara, lalu Starbucks di posisi ketiga dengan jumlah 33.833 gerai, posisi keempat ada KFC dengan jumlah 26.934 gerai, kemudian posisi kelima baru ditempati oleh Mixue dengan jumlah gerai sebanyak 21.582 yang tersebar diberbagai negara, Burger King turun peringkat ke posisi 6 yang semula pada posisi kelima dengan jumlah gerai sebanyak 19.247, kemudian yang terakhir ada Domino's Pizza peringkat 7 dengan jumlah gerai sebanyak 18.848.

Pada tahun 2020, *ice cream* Mixue dan Tea pertama kali berdiri di Indonesia tepat di daerah Cihampelas Walk di kota Bandung. Sejak itu, gerai mixue telah menjamur di seluruh negeri. Di Indonesia, Perusahaan waralaba mixue dimiliki oleh PT Zhisheng Pacific Trading (Duvan, 2023). Kota Cirebon saat ini memiliki sembilan gerai mixue diantaranya mixue ciremai, mixue perjuangan, mixue pekalangan, mixue tuparev, mixue kutagara, mixue perumnas, mixue kesepuhan, mixue cipto, mixue kesambi. Mixue yang akan dijadikan objek penelitian ini adalah mixue perjuangan.

Ice cream adalah Produk berbasis susu yang diproses menjadi cream sejenisnya. Karena susu adalah bahan utama *ice cream* yang memiliki nilai gizi yang tinggi dalam hal kalsium dan protein. Semua usia membutuhkan nutrisi kalsium dan protein sehingga semua orang dari segala usia dapat menikmati *ice cream*. Namun, *ice cream* juga mengandung nutrisi lain, seperti lemak dan karbohidrat, yang bisa menjadi masalah bagi penggemar *ice cream* yang sedang mengikuti program diet. Preferensi konsumen dipengaruhi oleh rasa es krim selain nilai gizinya. Kualitas produk *ice cream* secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk itu sendiri, proses pembuatan, cita rasa dan bahan baku (Indiyah, 2023).

Keputusan pembelian adalah gambaran seseorang memilih atau tidak membeli barang. Menurut (Yuliana & Maskur, 2022) keputusan pembelian adalah bidang perilaku konsumen yang mempelajari bagaimana orang, kelompok, dan organisasi dalam memilih, memperoleh, dan menerapkan produk atau konsep maupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan Menurut (Gunarsih et al., 2021) Keputusan pembelian adalah Proses dimana konsumen dapat mengidentifikasi masalah, mencari informasi mengenai

produk atau merek tertentu dan mengevaluasi dengan benar setiap alternatif ini untuk menyelesaikan masalah dan sampai pada keputusan pembelian. Berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti aspek gaya hidup, ekonomi, dan sosial, serta persaingan dengan perusahaan sejenis. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kualitas produk, cita rasa dan harga produk.

Kualitas produk adalah kriteria utama konsumen dalam mempertimbangkan dan menggunakan suatu produk sebagai evaluasi suatu bisnis. Kualitas produk dan menu yang ada dimixue mendapat perhatian besar bagi konsumen, mengingat bahwa kepuasan konsumen berkaitan erat dengan kualitas produk. Hal ini terbukti dari rasa yang unik dari berbagai variasi menu *ice cream* mixue yang dimulai dari *ice cream* kacang merah, *ice cream* boba, *ice cream* matcha, *ice cream* oreo, bahkan milk tea (Kasih et al., 2020).

Kualitas produk mixue yang dihasilkan dari kualitas bahan yang diproduksi lebih tinggi dan menjaga kebersihan akan menciptakan rasa nyaman dan tenang dalam membeli produk mixue sehingga meningkatkan kepuasan konsumen. Meminimalkan penggunaan plastik yang mudah terurai sangat penting untuk mengembangkan kualitas produk dengan kemasan yang lebih aman dan ramah lingkungan. Kepuasan konsumen dalam membeli produk berulang kali dapat mempengaruhi banyaknya produk yang harus selalu tersedia dalam jumlah yang cukup untuk mencegah kehabisan bahan dan juga jumlah topping yang kurang bervariasi (Hartadijaya & Lego, 2023).

Dalam Dunia bisnis, Perusahaan perlu fokus terhadap kualitas produk agar tetap menunjukkan kompetitif dipasaran. Untuk mempertahankan Tingkat kualitas produk yang diinginkan bahwa diperlukan standarisasi kualitas. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar yang ditetapkan sehingga mempertahankan ataupun meningkatkan nilai produk dikalangan konsumen. Mengetahui hal itu, Mixue secara konsisten menawarkan rasa dan kualitas yang baik bagi konsumen. Mixue sendiri sudah memiliki pabrik yang memproduksi bubuk *ice cream* sehingga pesaing lain akan merasa sulit untuk meniru hal itu. Selain itu, pilihan bahan-bahan berkualitas tinggi membuat *ice*

cream terasa alami dan segar meskipun beberapa menu lainnya dimiliki oleh bisnis lain (Nalika, 2023).

Saat ini, ketersediaan produk di gerai Mixue di Indonesia sedang mengalami kendala karena terbatasnya bahan baku. Hal ini menyebabkan berkurangnya menu favorit dan porsi yang disajikan, yang kemudian direspons dengan keluhan dari masyarakat. Akibatnya, gerai Mixue tidak sepadat seperti sebelumnya, terlebih dengan munculnya pesaing baru yang menawarkan produk sejenis sehingga Konsumen pun mulai beralih ke produk yang baru. Dengan menggunakan konsep bisnis waralaba, semua bahan baku untuk gerai Mixue dikirim langsung oleh distributor (detikfood, 2023)

Kualitas Produk berkaitan Juga dengan ekspektasi dan harapan konsumen sebagai tolak ukur untuk mendapatkan korelasi kuat antara nilai dan kepuasan konsumen. Kualitas produk juga menjadi pandangan sebagai kondisi fisik dan kemampuan suatu produk untuk memberikan kepuasan selera konsumen (Rosmiati et al., 2019). Menurut (Budiningrum et al., 2022) Mengatakan Bahwa Kualitas Produk dipengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Menurut (Azahraty, 2020) Menjelaskan bahwa suatu produk atau layanan dianggap berkualitas tinggi jika memenuhi nilai guna yang diharapkan atau diantisipasi. Dengan kata lain, kualitas adalah kriteria untuk menilai suatu produk atau layanan sebagai nilai guna yang diharapkan. Sedangkan menurut Kotler & Armstrong dalam (Rosmiati et al., 2019) menyatakan bahwa kualitas suatu produk ditentukan oleh kemampuan dalam menjalankan fungsinya seperti keawetan, kehandalan, ketetapan, kemudahan dalam penggunaan serta kemampuan untuk diperbaiki diantara karakter nilai lainnya.

Salah satu Faktor yang mempengaruhi Keputusan konsumen untuk membeli selain kualitas produk adalah cita rasa. Menurut (Kusumaningrum & Supradewi, 2019) Cita rasa adalah suatu keunggulan produk yang ditunjukkan dengan membandingkan rasanya dengan produk makanan lain. Persepsi rasa adalah salah satu hal yang dapat mempengaruhi cara konsumen untuk mengevaluasi suatu produk makanan dan minuman. Rasa yang unik menciptakan

kesan yang menarik bagi konsumen untuk membeli produk (Pratiwi & Marpaung, 2020).

Saat ini, Mixue sangat disukai oleh Masyarakat umum karena memiliki cita rasa yang berbeda dan rasa yang manis membuat konsumen tertarik dengan produk Mixue (Najla et al., 2023). Selain itu, Strategi pemasaran bisnis Mixue sangat menarik sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Mixue juga memiliki kemampuan untuk bersaing dengan Perusahaan lain yang menuntut harga yang lebih tinggi untuk produk yang serupa.

Mixue Sangat ini dikenal dengan cita rasa yang unik dan memiliki berbagai varian rasa *ice cream and tea*. Varian produk minuman dan *ice cream* yang dijual memiliki keunikan tersendiri seperti *fresh ice cream*, *real fruit tea*, *milk tea*, *fresh tea*, *mixue coffe* serta berbagai topping yang ada (boba, jelly, sirup caramel, coklat, strawberry dan oreo). Mixue terkenal dimasyarakat karena menawarkan ukuran porsi dan takaran yang cukup besar disetiap menunya. Namun, beberapa Masyarakat merasa khawatir untuk membeli produk mixue karena dianggap bahwa *ice cream* yang dijual dinilai cepat meleleh (cair) berbeda dengan jenis *ice cream* lainnya (Kompas, 2022).

Pada hasil ulasan konsumen mahasiswa yang dilakukan oleh peneliti bahwa kelemahan Mixue ini adalah yang pertama, produk harus segera dinikmati karena Mixue merupakan bisnis menjual *ice cream* yang Dimana lebih cepat mencair jika tidak segera dinikmati. Kedua, kurangnya inovasi produk.

Hal ini dibuktikan dengan penelitian terdahulu oleh (Pratiwi & Marpaung, 2020) mengatakan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Yani, 2023) mengatakan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk minuman omah coklat. Ini adalah fakta bahwa Cita rasa membawa konsumen mempertimbangkan dalam keputusan untuk membeli dengan melihat seberapa besar selera produk yang diinginkan.

Harga adalah faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Menurut Tjiptono dalam (Hartinah et al., 2023) mengatakan bahwa harga merupakan alat ukur langsung untuk membandingkan antara produk

atau merk yang bersaing. Sedangkan menurut (Akbar, 2021) mengatakan bahwa harga berpengaruh untuk konsumen membeli produk yang diinginkan. Hasil yang sama ditemukan oleh (Lomboan et al., 2020) mengatakan bahwa harga adalah faktor utama yang harus diperhitungkan ketika membeli suatu produk.

Harga adalah salah satu kebijakan Perusahaan yang paling penting sehingga Perusahaan harus menetapkan harga untuk memasarkan produk secara efektif. Strategi penetapan harga memiliki dampak besar pada citra produk dalam menawarkan nilai produk pada konsumen terhadap Keputusan membeli (Sa'adah, 2023). Mengingat bahwa harga adalah faktor yang paling sensitif bagi konsumen sehingga penawaran toko dapat berpengaruh signifikan terhadap konsumen menentukan apakah tertarik atau tidak.

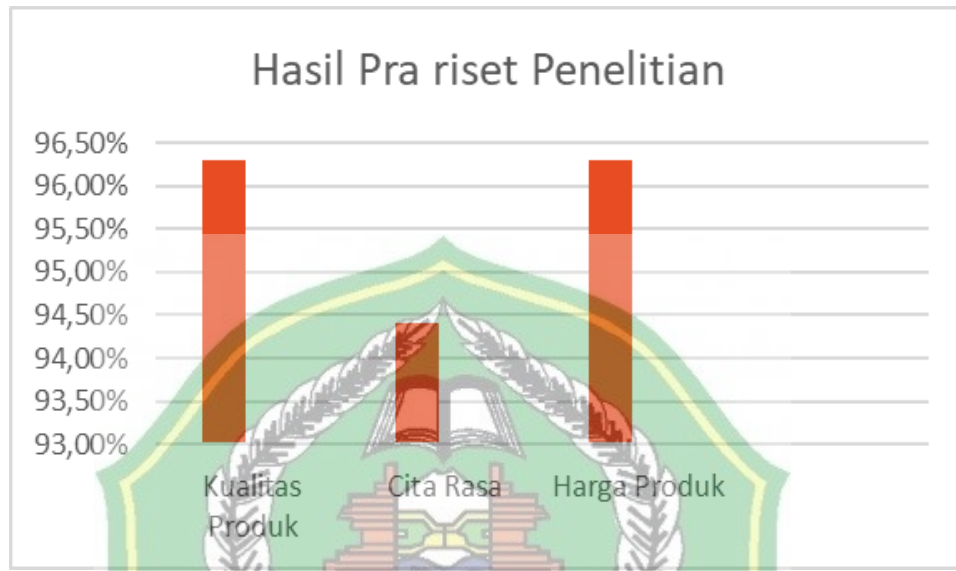
Mixue sendiri menawarkan beragam pilihan rasa yang cukup terjangkau. Namun, persepsi terhadap harga bisa berbeda-beda dikalangan mahasiswa karena Tingkat daya beli (Kasih et al., 2023). Konsumen baru cenderung lebih memperhatikan detail harga daripada konsumen yang sudah terbiasa dengan produk tersebut. Hal ini membuka peluang untuk menetapkan harga yang berbeda bagi konsumen baru dibandingkan dengan harga saat ini.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Authors & Gunawan, 2019) menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan (Ernawati et al., 2021) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Hal inilah bahwa harga tidak selalu menjadi faktor dalam Keputusan pembelian.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang Mahasiswa adalah komunitas kritis yang apabila ditinjau dari sisi informasi yang mereka peroleh dan kemampuan untuk mencerna informasi adalah komunitas yang bisa memilih-milih produk-produk yang mereka konsumsi berdasarkan informasi yang lebih jelas disertai bukti ilmiah mengenai apakah terdapat pengaruh kualitas produk, cita rasa dan harga produk terhadap Keputusan pembelian pada ice cream Mixue, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Unruk

itu, penulis akan melakukan penelitian dengan menjadikan mahasiswa FEBI sebagai populasi.

Dengan melakukan Pra penelitian ini terhadap mahasiswa FEBI untuk mengetahui seberapa penting variabel kualitas produk, cita rasa dan harga produk terhadap Keputusan pembelian pada ice cream gerai Mixue perjuangan kota Cirebon. Ini adalah hasil pra riset penelitian.



Gambar 1.2
Hasil Pra Riset Penelitian

Sumber : Hasil google form yang berisi pra riset

Dapat dilihat pada gambar diatas, Peneliti Mendapat jawaban dari Prariset yang dijawab oleh responden Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam yang pernah membeli produk Mixue Perjuangan Kota Cirebon, Total data yang dapat diambil adalah 54 responden.

Pada gambar diagram diatas menunjukkan bahwa konsumen akan melakukan Keputusan pembelian terhadap produk mixue yang dipengaruhi oleh kualitas produk sebesar 96,3% responden. Kemudian Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh cita rasa sebesar 94,4% responden dan yang lain dipengaruhi oleh harga produk sebesar 96,3% responden.

Berdasarkan uraian fenomena yang telah dipaparkan, penelitian ini mengenai kualitas produk menjadi pertimbangan Ketika konsumen akan membeli

suatu produk, tak kalah penting juga dengan cita rasa yang ada akan menjadi pertimbangan konsumen. Konsumen akan mencari cita rasa yang unik dilidah dan konsumen enggan membeli Ketika produk tidak memuaskan. Sedangkan harga menjadi pertimbangan yang sangat penting, dilihat juga dari perekonomian masing-masing mahasiswa Ketika membeli. Kebanyakan mahasiswa enggan membeli produk dengan harga yang tidak terjangkau. Jadi dapat disimpulkan bahwa penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Ice Cream Mixue* Dikota Cirebon (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan suatu penjelasan tentang kemungkinan-kemungkinan cakupan yang dapat muncul dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dibahas, maka didapati identifikasi masalah berupa :

1. Terjadinya persaingan kompetitif pada produk kekinian dengan kategori makanan penutup dan minuman bermerek dikota Cirebon
2. Banyaknya menu minuman dan *ice cream* dari mixue tidak terjual lagi atau bahkan porsi yang disajikan berkurang karena bahan baku yang terbatas
3. Mixue memiliki rasa yang unik akan tetapi *ice cream* yang dirasakan terlalu manis untuk Masyarakat yang kurang menyukai manis.
4. *Ice cream* yang tersedia oleh gerai mixue itu *ice cream* yang cepet mencair sehingga Masyarakat tidak bisa menikmatinya.
5. Belum ada inovasi baru terkait produk yang sudah ada

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian bisa terarah dan fokus berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, Peneliti tertarik menggunakan pengaruh Kualitas Produk (X1), Cita Rasa (X2), Harga Produk (X3) Terhadap Keputusan Pembelian pada *Ice Cream Mixue* kota Cirebon

D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan judul dan latar belakang pada penelitian ini terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi yaitu:

1. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Ice Cream Mixue* dikota Cirebon dikalangan Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
2. Apakah Cita Rasa Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Ice Cream Mixue* diKota Cirebon dikalangan Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
3. Apakah Harga Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Ice Cream Mixue* diKota Cirebon dikalangan Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
4. Apakah Kualitas Produk, Cita rasa dan Harga Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Ice Cream Mixue* dikota Cirebon dikalangan Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian dapat diperoleh sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Ice Cream Mixue* dikota Cirebon.
2. Untuk menganalisis Cita Rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Ice Cream Mixue* dikota Cirebon.
3. Untuk menganalisis Harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Ice Cream Mixue* dikota Cirebon.
4. Untuk menganalisis Kualitas Produk, cita rasa dan Harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Ice Cream Mixue* dikota Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan sumber referensi, literatur, ilmu pengetahuan dan menambah wawasan pengetahuan khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang akan melakukan penelitian lebih lanjut dengan permasalahan yang ada.

2. Manfaat Praktis

Dilihat dari hasil penelitian, Masyarakat lebih mengetahui bagaimana dalam pengambilan Keputusan pembelian dilihat dari kualitas produk, cita rasa dan mempertimbangkan harga produk yang dijual. Hasil dari penelitian juga dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian baru.

G. Sistematika Penulisan

Penulis Menyusun sistematika penulisan agar mempermudah penyusunan penelitian ini dan memahami setiap bab yang ada. Adapun bab dalam penelitian dan penjelasan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan berbagai permasalahan diantaranya latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan dan manfaat masalah dalam penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas grand theory, kajian teorii, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis permasalahan

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan waktu dan tempat penelitian, metode dan jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional dan pengukuran variabel, Teknik analisis data, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Menjelaskan tentang gambar umum penelitian, deskripsi data penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

Bab V Penutup

Menguraikan tentang kesimpulan dan saran dalam penelitian