

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman globalisasi saat ini, bisnis secara konsisten berjalan tumbuh cepat setiap hari, salah satu contohnya adalah perusahaan bidang kuliner yang menaruh banyak upaya dalam menghasilkan produk dalam mencapai pemenuhan keinginan dan kebutuhan jumlah konsumennya yang terus bertambah. Salah satu industri yang sedang booming saat ini yaitu industri kuliner (makanan dan minuman). (Teruna Awaloedin & Alfitriani, n.d.) Di bidang minumannya, selalu ada minuman baru setiap tahunnya diperuntukan terhadap seluruh golongan masyarakat, hal ini dapat berlangsung dikarenakan adanya opsi ganda, selera yang baik, visual produk serta strategi pemasaran yang menarik. Saat ini banyak sekali tren dan inovasi industri minuman yang sedang naik daun di Indonesia, seperti minuman boba dan es krim yang makin terkenal. Banyak jenis minuman baru yang tengah populer saat ini, termasuk es kopi susu, *Thai tea*, dan Boba, yang disukai masyarakat khususnya pada anak-anak generasi milenial saat ini. Salah satu minuman boba yang digemari dan paling laris saat ini yaitu Mixue. Mixue sendiri saat ini hampir memiliki 1000 gerai diseluruh Indonesia. Minuman Mixue sendiri sangat fenomenal di kota besar seperti Jakarta, khususnya di wilayah Poltangan Jakarta selatan yang menjadikannya sebagai salah satu cabang gerai mixue di Indonesia. Minuman Mixue sendiri merupakan *Brand Franchise* yang berasal dari Tiongkok, dirintis oleh Zhang Hongchao di tahun 1997. Mixue masuk ke pasar Indonesia di tahun 2020 dengan tokopertama di Cihampelas, Bandung, dan sekarang telah berkembang di seluruh Indonesia. Mixue juga membuka cabangnya di Jakarta Selatan, khususnya di wilayah poltangan, yang terletak di Jl. Poltangan Raya No. 17 Pejaten Timur, Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan. Toko ini sangat populer dan selalu ramai dengan pengunjung. Campuran unik antara es krim dan teh Poltangan menjadi daya tarik utama yang menarik pelanggan dari berbagai latar belakang. Konsep perpaduan ini dirancang secara strategis untuk memberikan pengalaman menyenangkan bagi para pengunjung. Perpaduan tersebut memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen dari semua kalangan.

mixue es krim dan *tea* Poltangan ini adalah tempat yang tepat untuk menikmati nikmatnya es krim dan minuman. Mereka menawarkan beragam es krim cone mulai dari Rp 8.000, serta minuman seperti *milkshake*, kopi lemon, dan teh susu. Ini adalah tempat yang populer untuk menikmati suguhan lezat.

Kadir (2016) mengatakan bahwa kualitas adalah kriteria untuk mengevaluasi suatu produk atau jasa dengan nilai pakai yang diharapkan, yaitu. suatu produk atau jasa diakui berkualitas jika memenuhi nilai pakai yang diharapkan atau diharapkan. Kualitas produk ditentukan kemampuan untuk memenuhi kewajibannya, seperti daya tahan, keandalan, ketergantungan, kemudahan penggunaan dan kapasitas di antara kumpulan karakter berharga lainnya. menurut definisi lain, kualitas produk didefinisikan sebagai serangkaian karakteristik produk dan layanan yang diperoleh selama pemasaran dan produksi dan pemeliharaan, yang membuat produk dan layanan dapat digunakan untuk memenuhi harapan konsumen Annisa, I. T., & Wijaya (2019). Menurut Soedjono (2019) Dengan jaminan kualitas yang diberikan kepada suatu produk, konsumen lebih menyukai produk tersebut dibandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing. Selain itu, produk yang berkualitas baik dapat meminimalkan biaya perusahaan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan jika perusahaan tidak memenuhi standar kualitas. Penghematan ini berasal dari kemampuan menciptakan proses dan produk berkualitas yang mengarah pada keunggulan kompetitif dalam hal profitabilitas dan pertumbuhan bisnis di pasar.

Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. kualitas layanan adalah keadaan dinamis dari produk, layanan, orang, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan. Kualitas pelayanan dapat dicapai dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Harapan pelanggan Mixue adalah mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Jika pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan mixue, maka pelayanan tersebut dapat dikatakan tidak efisien dan efektif. Hal ini sangat penting untuk pelayanan publik. Jika pelanggan Mixue puas dengan layanan yang mereka terima, kemungkinan besar mereka akan kembali lagi untuk

membeli es krim dan bahkan mereka juga merekomendasikan toko es krim tersebut kepada teman dan keluarganya . Kualitas pelayanan juga mencerminkan perbandingan tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan dengan harapan pelanggan. Oleh karena itu, baik atau buruknya kualitas layanan bergantung pada kemampuan penyedia layanan untuk secara konsisten memenuhi harapan pelanggan. A.Parasuraman (2014) menyebutkan ada 5 faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu: *Reliability*(kehandalan), *Responsiveness*(daya tanggap), *Assurance*(jaminan), *Empathy*(empati) dan *Tangibles*(berwujud). Tjiptono dan Chandra (2012) menyatakan kualitas pelayanan memiliki lima indikator yaitu: a) keandalan, b) daya tanggap, c) jaminan, d) empati, e) bukti fisik.

Kanuk (2017) berpendapat bahwa persepsi adalah proses individu dalam memilih, mengorganisasikan, dan mentransformasikan rangsangan informasi yang masuk ke dalam gambaran umum. Persepsi tersebut berdampak kuat pada konsumen. Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen adalah persepsi harga. konsep harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau sejumlah nilai konsumen sebagai imbalan atas penerimaan manfaat dan kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut. Jika konsumen melakukan pembelian berarti harga sudah benar, sebaliknya jika konsumen menolak pembelian maka harga menjadi hutang untuk diperiksa. Oleh karena itu, harga menjadi salah satu kunci penting dalam bisnis, terutama persepsi harga produk yang dirancang perusahaan kepada konsumen, yang menunjang keberhasilan dan kesuksesan bisnis perusahaan. Semakin tinggi harga yang ditawarkan maka semakin rendah keputusan untuk membeli. sebaliknya jika harga yang ditawarkan rendah maka semakin besar konsumen dalam melakukan pembelian. Dalam mempertahankan konsumen yang sudah ada, serta untuk mendapatkan pelanggan baru, pemilihan jenis produk, bahan baku produk dan penetapan harga jual dapat mempengaruhi pertimbangan pembelian oleh konsumen.

Menurut Vera Inadiyah (2022) daya tarik periklanan adalah suatu proses persuasif yang dilakukan oleh seseorang atau kumpulan orang yang bertujuan Untuk mengubah cara orang berpikir dan membantu mereka bekerja menuju tujuan tertentu, misalnya pesan suatu beriklan dengan menggunakan media tertentu. Periklanan merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran atau alat promosi penjualan yang mempunyai fungsi penting dalam pemasaran. Tujuan periklanan adalah menyebarkan informasi kepada masyarakat (*inform*), membujuk atau menarik masyarakat (persuasi), dan mengingatkan masyarakat (*remind*) untuk menggunakan produk yang ditawarkan Nadhiroh (2018) Penggunaan iklan sangat berguna untuk merangsang atau menstimulasi indra manusia untuk mengubah sinyal *visual* menjadi minat, keinginan, pencarian bahkan kenikmatan terhadap produk yang diiklankan. Mixue sendiri menggunakan periklanan sebagai media untuk mempromosikan produknya dengan melalui media sosial seperti (Instagram dan Tiktok) serta media tampilan seperti (Reklame dan Poster). Daya tarik merupakan faktor pertama yang diungkapkan kepada publik. Jika daya tariknya tinggi, pemirsa biasanya bersedia memperhatikan iklan tersebut lebih lama. Sebaliknya, jika daya tariknya rendah, kemungkinan besar penonton akan berpaling dan mengabaikannya. Keputusan pembelian, yaitu memilih antara dua pilihan atau lebih. Dapat dikatakan bahwa dalam mengambil suatu keputusan, salah satu pilihan harus diidentifikasi diantara pilihan-pilihan yang lain. Ketika seseorang memutuskan untuk membeli, karena ia harus memutuskan apakah akan membeli atau tidak, itulah titik penentunya Sudaryono (2016). Sedangkan Laili Hidayati (2018) keputusan pembelian adalah tahapan dimana pembeli memahami suatu masalah, mencari petunjuk terkait dirinya atau produk, mempertimbangkan beberapa cara untuk memecahkan alternatif masalah, memutuskan untuk membeli dan mengambil tindakan. atau perilaku setelah pembelian. Keputusan pembelian dibuat berdasarkan sejumlah perhitungan dan faktor yang berbeda. Seorang pengambil keputusan mungkin melalui beberapa langkah sebelum mengambil keputusan. Proses keputusan pembelian pada umumnya memerlukan langkah-langkah berikut: mengidentifikasi kebutuhan, mengumpulkan informasi, mempertimbangkan alternatif, membuat pilihan pembelian, dan membuat keputusan pembelian.

Mixue adalah minuman es krim bernama boba yang dibuat lebih enak dan unik. Mixue banyak disukai orang karena rasanya yang berbeda dan cocok untuk masyarakat Indonesia yang menyukai makanan manis dan harga terjangkau. Cara mereka memberi tahu orang-orang tentang Mixue dan membuatnya tampak sangat bagus membuat lebih banyak orang ingin membelinya. Competitor lainnya Suryati (2022). *Ice cream* Mixue populer karena kemasannya yang cantik, rasanya enak, memiliki banyak rasa yang enak, dan harganya terjangkau. Itu sebabnya orang lebih suka membelinya dibandingkan merek lain. Annisa Tiara Kasih et al., (2023)

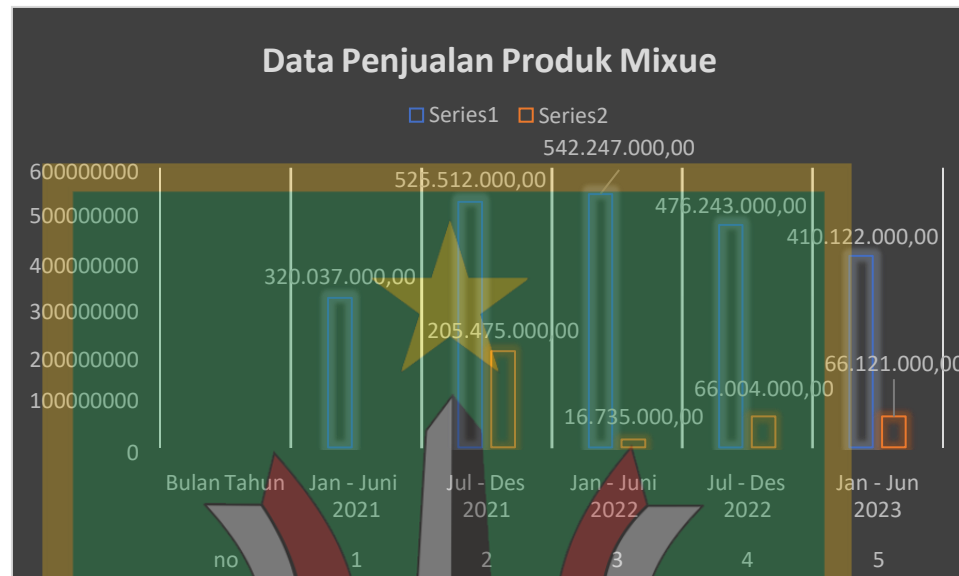
Tabel 1. 1 Data Penjualan *ice cream* Mixue Poltangan Jakarta selatan

No	Bulan/Tahun	Penjualan 2021	Keterangan
1	Jan - Jun	Rp 320.037.000,00	-
2	Jul-Des	Rp 525.512.000,00	Naik Rp 205.475.000,00
		Penjualan 2022	
3	Jan-Jun	Rp 542.247.000,00	Naik Rp 16.735.000,00
4	Jul-Des	Rp 476.243.000,00	Turun Rp 66.004.000,00
		Penjualan 2023	
5	Jan-Jun	Rp 410.122.000,00	Turun Rp 66.121.000,00

Sumber: Mixue Ice Cream Poltangan, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 diatas Penjualan mixue *ice cream* di wilayah poltangan Jakarta selatan pada bulan januari hingga desember tahun 2021 mengalamikenaikan penjualan sebesar Rp 205.475.000,00 dan menginjak bulan januari hingga juni tahun 2022 pun kembali mengalami kenaikan penjualan sebesar Rp 16.735.000,00 ini menandakan bahwa antusiasme konsumen di wilayah poltangan Jakarta selatan dalam membeli produk Mixue cukup besar. Namun menginjak Bulan juli 2022 hingga Pertengahan 2023 penjualan *ice cream* Mixue mengalami Penurunan yang sangat signifikan hal ini dikarenakan banyaknya keluhan konsumen terkait kurangnya kualitas produk sehingga menyebabkan menurunnya penjualan saat ini.

Gambar 1. 1 Statistitik Data Penjualan *ice cream* Mixue Poltangan Jakarta Selatan



Sumber : Data Penjualan *ice cream* Mixue Poltangan

Berdasarkan gambar grafik diatas Penjualan mixue *ice cream* di wilayah poltangan Jakarta selatan pada bulan januari hingga desember tahun 2021 mengalami kenaikan penjualan sebesar Rp 205.475.000,00 dan menginjak bulan januari hingga juni tahun 2022 pun kembali mengalami kenaikan penjualan sebesar Rp 16.735.000,00 ini menandakan bahwa antusiasme konsumen di wilayah poltangan Jakarta selatan dalam membeli produk Mixue cukup besar. Namun menginjak Bulan juli 2022 hingga Pertengahan 2023 penjualan *ice cream* Mixue mengalami Penurunan yang sangat signifikan hal ini dikarenakan banyaknya keluhan konsumen terkait kurangnya kualitas produk sehingga menyebabkan menurunnya penjualan saat ini.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Daya Tarik iklan terhadap keputusan pembelian Konsumen *ice cream* Mixue di Poltangan Jakarta Selatan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *ice cream* MIXUE di Poltangan Jakarta selatan ?
2. Apakah kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *ice cream* MIXUE di Poltangan Jakarta selatan ?
3. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *ice cream* MIXUE di Poltangan Jakarta selatan ?
4. Apakah Daya Tarik Iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *ice cream* MIXUE di Poltangan Jakarta selatan ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari pembuatan tugas akhir ini adalah:

- a. Untuk menganalisis kualitas produk MIXUE terhadap keputusan pembelian Konsumen di Poltangan Jakarta selatan
- b. Untuk menganalisis kualitas pelayanan produk MIXUE terhadap keputusan pembelian konsumen di Poltangan Jakarta selatan
- c. Untuk menganalisis Persepsi Harga produk MIXUE terhadap keputusan pembelian konsumen di Poltangan Jakarta selatan
- d. Untuk menganalisis Daya Tarik Iklan produk MIXUE terhadap keputusan pembelian konsumen di Poltangan Jakarta Selatan

2. Kegunaan Penelitian

Hasil dan Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, keunggulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kontribusi Akademik

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dengan

menambah pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dalam konteks produk MIXUE khususnya di daerah Poltangan Jakarta selatan. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pengetahuan untuk penelitian selanjutnya di bidang ini.

b. Perusahaan (Manajemen)

Hasil penelitian dapat membantu pihak manajemen MIXUE dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk dalam meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kualitas pelayanan, menentukan harga yang sesuai, dan merancang promosi yang efisien untuk menarik lebih banyak lagi konsumen sebagai pelanggan.

