

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi seperti saat ini terjadi perkembangan bisnis yang sangat pesat.² Banyak tumbuh ragam jenis bisnis yang terjadi di masyarakat. Salah satu perkembangan bisnis yang sangat pesat terjadi pada bisnis yang bergerak dibidang kuliner cepat saji sehingga memiliki persaingan yang sangat ketat. Pertumbuhan jenis usaha kuliner yang berkembang ini berpotensi untuk merubah pola kehidupan masyarakat sebagai ajang pengapresiasian diri. Perubahan tersebut terjadi pada pola gaya hidup masyarakat yang memiliki selera makanan serba mudah, murah, dan praktis. Pelaku bisnis kuliner perlu untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pasar agar bisa memenuhi kebutuhan dasar manusia yang mengalami perubahan tersebut.

Salah satu bisnis yang memiliki persaingan sangat ketat adalah bisnis olahan mie. Perusahaan dituntut untuk memiliki inovasi-inovasi terhadap produknya serta memiliki perencanaan strategi pemasaran yang baik. Salah satu bisnis kuliner yang menjual olahan mie adalah Mie Gacoan. Mie Gacoan merupakan merek restoran mie yang dikenal dengan cita rasa pedasnya. Merek

² Edi Nugoroho, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Keputusan Pembelian Kuliner di Angkringan Puncak Bibis Bantul*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan). hal. 1

ini merupakan anak perusahaan dari PT Pesta Pora Abadi yang didirikan pada tahun 2016. Mie Gacoan telah menjadi pionir bisnis kuliner dengan menu utama mie pedas di wilayah Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur hingga Bali.³ Hadirnya Mie Gacoan menarik munculnya usaha yang sejenis, meskipun begitu Mie Gacoan tetap menjadi *market leader*.

Sebagai contoh yang terjadi di Mie Gacoan Cabang Tulungagung yang menyebabkan munculnya pelaku usaha baru yang menjual produk sejenis seperti Mie Depresi, Mie Mertua, Mie Time, Mie Judes dan Pesen Mie Tulungagung. Kondisi ini pada umumnya menjadi sebuah ancaman bagi pelaku bisnis, namun pada kenyataannya Mie Gacoan tetap memiliki daya saing yang tinggi sehingga tingkat keputusan pembelian konsumen yang mereka miliki tetaplah tinggi. Sehingga hal ini melatarbelakangi peneliti untuk menganalisis fenomena ketertarikan masyarakat melakukan keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung.

Keputusan pembelian merupakan tindakan akan yang diambil oleh konsumen untuk memilih membeli atau tidak membeli sebuah produk.⁴ Keputusan pembelian muncul dari ketertarikan seorang konsumen terhadap suatu produk sehingga mendorong mereka untuk berusaha memiliki, memanfaatkan, dan memasukkan produk ke dalam kehidupannya. Untuk

³ Galih Ayu Prasasti dan Putri Maisara, "Pengaruh Fasilitas, Harga dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Solo Raya", *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9.2 (2022), hal. 277

⁴ Rachmawati Koesoemaningsih, "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih pendidikan pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi", *MEDIA SOERJO*, 13.2 (2013), hal. 12

mendapat respon konsumen seperti yang telah disebutkan sebelumnya diperlukan strategi pemasaran yang baik.

Setiap kegiatan pemasaran produk yang baik, tidak terlepas dari penggunaan strategi bauran pemasaran 4P. Harga, produk, promosi dan lokasi merupakan komponen dari bauran pemasaran 4P. Untuk mencapai kesuksesan dalam menjalankan strategi bauran pemasaran 4P, selain harus bisa mengkombinasikan keempat komponen bauran pemasaran tersebut, perusahaan juga harus bisa mengkoordinasikannya.⁵

Menurut Kotler dan Keller harga merupakan satu unsur dari *marketing mix* yang memberikan hasil pendapatan, sedangkan unsur lainnya memberikan biaya.⁶ Menurut Joko Untoro, definisi dari harga adalah kemampuan yang dipunyai oleh suatu produk barang maupun jasa yang direpresentasikan dalam bentuk uang.⁷ Satu dari beberapa faktor sebagai pertimbangan seorang konsumen dalam membeli sebuah produk barang maupun jasa adalah harga. Sehingga disini harga menjadi perhatian oleh semua pelaku usaha karena nantinya harga akan diolah agar sesuai dengan kondisi pasar. Pada penelitian sebelumnya dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian

⁵ Achamad Dzikrullah, et. all., “Pengaruh Marketing Mix(4P) terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen pada Usaha UMKM”, *Jurnal Ekombis Review*, 10.2 (2020), hal. 835

⁶ Kotler Philip and Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta: PT. Indeks), hal. 77

⁷ Joko Untoro, *Ekonomi*, (Jakarta: Kawah Media, 2010), hal. 39

Mobil Toyota Avanza” menyatakan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁸

Promosi suatu produk atau jasa merupakan upaya mengubah sikap dan tindakan masyarakat yang dikemas di dalam komunikasi antara penjual dengan calon konsumen.⁹ Promosi memiliki tujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen sebagai sarana pertimbangan konsumen ketika akan mengambil sebuah keputusan pembelian. Kegiatan promosi ini nantinya akan terjalin komunikasi secara langsung maupun tidak langsung antara perusahaan dengan konsumen. Keberhasilan sebuah promosi akan menghasilkan tingkat keputusan yang tinggi, bahkan jika produk yang ditampilkan pada promosi sesuai dengan kenyataannya, konsumen bisa merekomendasikan orang-orang terdekat untuk membeli produk yang telah dibeli sebelumnya.

Kualitas produk merupakan segala jenis produk, termasuk barang atau jasa, yang dirancang untuk menarik perhatian konsumen dan memungkinkan mereka mengekspresikan kebutuhan atau keinginannya.¹⁰ Pada tiap konsumen yang mengunjungi restoran cepat saji akan membawa persepsi mereka terhadap produk yang akan mereka beli. Keunggulan suatu produk seringkali dipengaruhi oleh kualitas produk yang bermutu, baik itu kualitas yang berasal dari sisi kebendaan produk maupun pelayanannya. Karena dengan kualitas

⁸ Sarini Kodu, “Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza”, *Jurnal EMBA*, 1.3 (2013), hal. 1258

⁹ Surya Sanjaya, “Pengaruh Promosi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sinar Sosro Medan”, *Jurnal Ilmiah: Manajemen dan Bisnis*, 16.2 (2015) hal. 112

¹⁰ Philip Kotler, *Kualitas Produk Jilid 6*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hal. 47

produk yang telah diberikan kepada pelanggan, diharapkan setelah melakukan pembelian terkait produk atau barang yang dipilih, pelanggan akan merasa puas.

Penelitian sebelumnya tentang pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Indomie di PT Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe menjadi landasan referensi dalam penelitian ini. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas produk memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Indomie di PT Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe.¹¹ Artinya bahwa semakin bagus harga, promosi dan kualitas produk akan semakin meningkat pula keputusan pembeliannya.

Peneliti melakukan survey pra penelitian pada Mie Gacoan Cabang Tulungagung di Jalan Panglima Sudirman No. 73, Kepatihan Kecamatan Tulungagung. Survey pra penelitian ini mendapatkan hasil Mie Gacoan Cabang Tulungagung memiliki tingkat keputusan pembelian yang tinggi, bahkan banyak dari mereka yang rela mengantri panjang. Dari hal tersebut, maka dalam penelitian ini mengangkat pembahasan faktor utama apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian Mie Gacoan pada Cabang Tulungagung di Jalan Panglima Sudirman No. 73, Kepatihan Kecamatan Tulungagung. Dari latar belakang tersebut, dilakukan penelitian

¹¹ Silvia Aloyna Fenny Krisna Marpaung, et. al., "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie pada PT. Alamjaya", 7.1 (2021), hal. 61

dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung”**.

B. Identifikasi Masalah

Seiring dengan merambahnya dunia kuliner, banyak bermunculan usaha yang bergerak dibidang kuliner dengan menu utamanya adalah mie. Para pelaku usaha tersebut bertebaran dengan membawa inovasinya mulai dari campuran bahan, bentuk, rasa, hingga tampilan *plating*. Salah satu usaha kuliner yang sudah memiliki beberapa cabang di Indonesia adalah Mie Gacoan. Salah satu cabang yang memiliki minat konsumen tinggi adalah Mie Gacoan Cabang Tulungagung sehingga menimbulkan munculnya usaha sejenis di wilayah Kabupaten Tulungagung seperti Mie Depresi, Mie Mertua, Mie Time, Mie Judes dan Pesen Mie Tulungagung. Hal ini perlu dianalisis mengingat pada titik mana perilaku konsumen yang demikian cukup perhatian ketika menganalisis keputusan pembelian. Persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis memaksa perusahaan untuk terus mampu mengatur strategi dan program yang ada agar dapat mengungguli pesaing dan mempertahankan konsumennya, sehingga konsumen yang dimiliki bisa tetap tertarik untuk melakukan pembelian di Mie Gacoan Cabang Tulungagung.

C. Batasan Masalah

Untuk memastikan fokus penelitian dan memberikan bantuan kepada peneliti dalam mengidentifikasi masalah yang akan dianalisis, sehingga dibutuhkan pembatasan terhadap beberapa aspek berikut ini:

1. Fokus produk untuk diteliti adalah mie pada produk Mie Gacoan Cabang Tulungagung
2. Sebagian masyarakat Kabupaten Tulungagung menjadi subjek dalam penelitian ini
3. Peneliti menggunakan beberapa variabel yaitu variabel harga, variabel promosi, variabel kualitas produk serta variabel keputusan pembelian
4. Cakupan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini berupa faktor reliabilitas yang berpengaruh terhadap perilaku atau sikap dan proses konsumen mengambil keputusan untuk membeli Mie Gacoan Cabang Tulungagung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan, peneliti merumuskan masalah yang terkait dengan lingkup penelitian. Berikut ini rumusan masalah yang digunakan:

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung?
2. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung?
4. Apakah harga, promosi, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, berikut yang menjadi tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung.

F. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan bisa didapat oleh beberapa pihak yang membaca hasil dari penelitian ini:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini nantinya bisa digunakan untuk sarana penambah wawasan mengenai pengaruh harga, promosi dan kualitas

produk terhadap keputusan pembelian yang *outputnya* bisa dimanfaatkan sebagai bahan untuk membuat strategi dalam menjalankan sebuah bisnis

2. Secara Praktis

Penelitian ini bertujuan agar bisa menjadi bahan referensi dan masukan bagi manajemen Mie Gacoan Cabang Tulungagung khususnya dan bidang usaha lain dalam menyusun dan menjalankan kebijakan terkait harga, promosi dan kualitas produk untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen

3. Secara Akademik

Kajian ini untuk *civitas academica* dimaksudkan bisa digunakan sebagai salah satu sumber referensi dalam pembuatan bahan karya ilmiah terutama yang berkaitan dengan hal-hal pembahasan dalam penelitian ini.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk sistematika penulisan skripsi yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang, identifikasi masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan yang terakhir sistematika penulisan skripsi

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi pembahasan kerangka teori, tinjauan pustaka dari penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan yang terakhir hipotesis penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel penelitian dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta yang terakhir adalah analisis data

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan tentang hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan peneliti terhadap variabel penelitian

BAB V : PENUTUP

Isi dari bab ini berupa penjelasan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, kendala-kendala saat penelitian, serta yang terakhir adalah saran-saran untuk penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA