

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Bisnis adalah sebuah kata yang sering didengar oleh masyarakat diartikan sebagai kegiatan mencari uang dan menyambung hidup dalam arti harafiahnya. Memiliki bisnis sendiri merupakan impian mayoritas orang, sebuah kepuasan tersendiri bila memiliki sebuah bisnis yang sudah berjalan baik dan memberikan penghasilan rutin setiap bulannya. Menurut Griffin & Ebert (2013), pengertian luas dari bisnis adalah semua aktivitas dan intuisi memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan pengertian sempit dari bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan mendapat keuntungan. Bisnis makanan dan minuman di jaman sekarang terus berkembang dan menjadi peluang bisnis yang menarik untuk dikembangkan. Dalam memulai bisnis makanan dan minuman di jaman sekarang, perlu diperhatikan beberapa hal seperti persaingan bisnis yang ketat, perubahan pola hidup manusia, dan peluang bisnis yang selalu terbuka lebar. Pada industri *brand desserts and beverages* yang kian bertumbuh dan seakan tidak mengalami penurunan yang terlalu signifikan pasca pandemi terutama pada minuman, setiap tahunnya akan ada minuman terbaru yang menjadi incaran calon konsumen.

Ula (2023) menyatakan saat ini *Food and Beverage (F&B)* menjadi salah satu lini usaha yang akan terus mengalami pertumbuhan seiring berkembangnya era industri. Perubahan gaya hidup penikmat makanan cepat saji mempengaruhi munculnya banyak perusahaan makanan dan minuman baru. Maka dari itu pelaku

usaha dituntut untuk mampu menghadirkan konsep inovatif, kreatif dan unik. Dengan demikian bisnis *food and beverage* akan terus bertahan dalam ketatnya persaingan bisnis.

Seiring waktu, makanan dan minuman yang dibutuhkan oleh manusia mulai beralih fungsi sebagai salah satu kesenangan dalam kehidupan. Pada bisnis minuman kini telah ada tren atau inovasi baru yang bermunculan dengan cepat menyebar keberbagai negara-negara Asia Tenggara terutamanya di Indonesia. Tanpa terkecuali pengusaha dibidang *food and beverage*, salah satu produk yang sedang ramai diperbincangkan dengan pembukaan gerai pada setiap wilayah di Indonesia adalah *Mixue Ice Cream & Tea*. *Mixue* merupakan gerai waralaba internasional yang menawarkan minuman teh dan es krim segar. Salah satu brand pendatang baru yang justru hadir yaitu *Mixue Ice Cream & Tea*. *Mixue* didirikan oleh Zhang Hongchao sejak tahun 1997 di Tiongkok, China. *Mixue* merupakan brand desserts and beverages yang masuk ke Indonesia pada tahun 2020 dalam naungan *PT. Zhisheng Pacific Trading*. Perkembangan *Mixue* di Indonesia sangatlah pesat, hingga saat ini beroperasi jumlah gerai telah melebihi 1.000 gerai. Salah satu gerai *Mixue* terletak di Bali Utara yakni di Kecamatan Buleleng, saat ini terdapat 4 gerai di Kecamatan Buleleng. Maka dari itu penulis hanya memfokuskan di gerai *Mixue* wilayah Buleleng. Berikut alamat gerai yang sudah beredar di wilayah Kecamatan Buleleng:

Tabel 1. 1  
Alamat Gerai *Mixue* di Kecamatan Buleleng

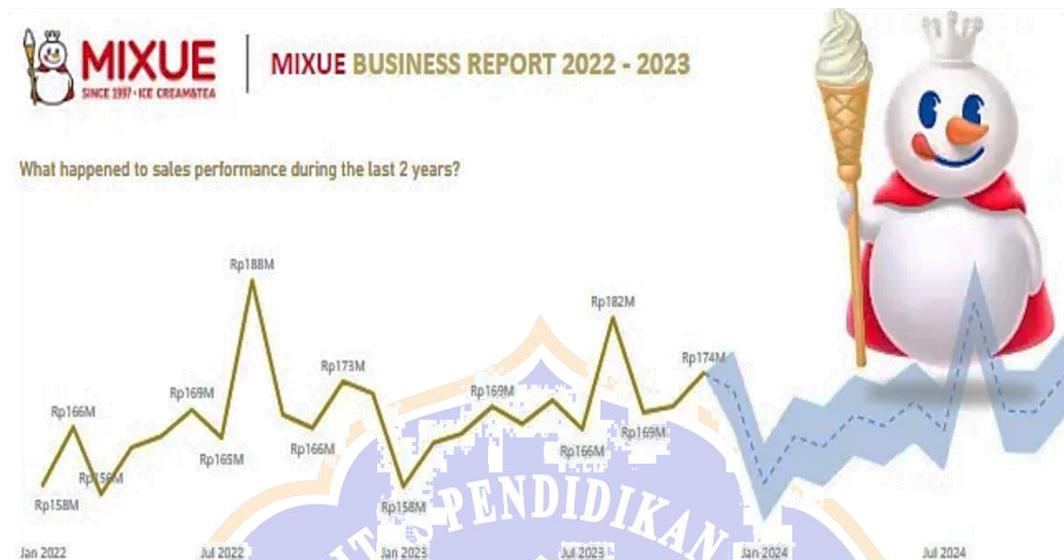
No	Gerai <i>Mixue</i>	Alamat
1.	<i>Mixue</i> Singaraja	Jalan Ngurah Rai, Banjar Jawa, Kec. Buleleng, Kabupaten Buleleng, Bali
2.	<i>Mixue</i> Surapati Buleleng	Jalan Surapati No.128b, Banyuning, Kec. Buleleng, Kabupaten Buleleng, Bali
3.	<i>Mixue</i> Ahmad Yani	Jalan A. Yani No.200, Banyuasri, Kec. Buleleng, Kabupaten Buleleng, Bali
4.	<i>Mixue</i> Lovina	Jalan Raya Lovina-Singaraja, Anturan, Kalibukbuk, Kabupaten Buleleng, Bali

Sumber: *Google Maps*

Suryati (2022) menyatakan saat ini *Mixue* sedang digemari masyarakat karena cita rasanya yang khas dan pemasarannya yang menarik sehingga mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan rasa yang enak dan dingin juga memiliki banyak varian rasa, menjadikan *ice cream* sebagai makanan pelengkap maupun cemilan bagi setiap orang. Ada banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan penjualan suatu gerai es krim di tengah persaingan yang terjadi salah satunya yaitu, lingkungan sosial yang ada lokasi tersebut seperti rentang usia dan jumlah penduduk yang menjadi sasaran konsumen untuk produk tersebut sehingga menentukan tingkat frekuensi penjualan. Dengan serbuan produk dari *brand* lain tidak bisa diabaikan begitu saja.

*Mixue* menawarkan harga yang relatif murah sehingga dapat terjangkau oleh semua kalangan, mulai dari harga Rp 8.000 sampai Rp 22.000 dengan menu yang ditawarkan beragam dan juga kekinian. Harga yang terjangkau pada produk *Mixue* ditentukan oleh beberapa faktor, seperti proses pengelolaan bahan mentah, logistik, dan pergudangan yang dikelola secara mandiri tanpa melibatkan pihak ketiga. Selain, itu kegiatan produksi dilakukan di dapur pusat yang lokasinya tidak jauh dengan pemasok, sehingga semakin mengurangi biaya operasional. Efisiensi biaya

tersebut maka dapat menjaga harga *Mixue* tetap terjangkau yang dapat meningkatkan angka penjualan.



Gambar 1. 1  
Grafik *Mixue Business Report 2022–2023*  
(Sumber: *Sales Performance Analysis Use Case*)

Diketahui penjualan di gerai *Mixue* memiliki performansi penjualan yang fluktuatif namun cukup stabil. Terjadi peningkatan penjualan di bulan Agustus tahun 2022 dan terulang kembali di tahun 2023 yang hal ini menunjukkan adanya kecenderungan *trend* penjualan seasonal dimana *trend* penjualan akan kemungkinan terulang di tahun 2024. Dari 2 tahun tersebut didapatkan rata-rata penjualan Rp. 165 JT dengan penjualan tertinggi di angka Rp. 188 JT per bulan dari akumulasi seluruh *outlet*.

Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh *Mixue* cukup terjangkau bagi konsumen di Kecamatan Buleleng. Namun konsumen tersebut cenderung sensitif terhadap harga dan sering membandingkan harga antar produk. Selain itu, terdapat adanya beberapa inovasi produk baru seperti varian rasa es krim dan minuman yang mengikuti tren pasar. Setiap *Mixue* merilis varian produk baru,

permintaan cenderung meningkat sementara, yang dapat menyebabkan lonjakan penjualan pada bulan tertentu. Sehingga setelah periode promosi atau antusiasme mereda, penjualan mengalami penurunan yang menyebabkan pola fluktuatif. Konsumen juga memiliki preferensi terhadap varian tertentu, yang menyebabkan beberapa produk lebih laku dibanding yang lain, sehingga memengaruhi total penjualan secara keseluruhan. Dengan demikian, variasi produk dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perubahan pola penjualan *Mixue* dari waktu ke waktu.

Menurut Machfoeds (2005) Keputusan pembelian adalah serangkaian proses yang dilalui konsumen dalam memutuskan tindakan pembelian. Denny (2024) menyatakan keputusan pembelian merupakan hal yang sering dilakukan dalam kegiatan pasar seperti kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap produk yang telah ditawarkan oleh penjual. Keputusan pembelian juga bisa dipengaruhi oleh kepribadian seseorang, usia, pekerjaan dan keadaan ekonomi seseorang. Keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi yang membuat para konsumen menyusun daftar peringkat barang dalam peringkat pilihannya yang akan memberikan hasrat pembelian menurut Lubis (dalam Dendy, dkk 2020). Oleh karena itu, keputusan pembelian menekankan pada aspek psikologis dan sosiologis konsumen, serta pengaruh lingkungan pasar terhadap perilaku pembelian. Keputusan pembelian bukan hanya sekadar transaksi, tetapi merupakan proses yang kompleks yang melibatkan berbagai faktor internal dan eksternal.

Berkaitan dengan keputusan untuk melakukan pembelian, memberikan indikasi tingkat keberhasilan bisnis/perusahaan karena mengungkapkan apakah

produk yang ditawarkan benar diinginkan atau dibutuhkan oleh masyarakat sekitar atau tidak. Jika semakin diminati artinya tingkat keputusan pembelian terhadap produk juga mengalami peningkatan. Aspek penting dari perilaku konsumen adalah keputusan pembelian, mencakup bagaimana konsumen memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan membeli produk, jasa, mengakses ide dan pengalaman yang tersedia (Kotler dan Keller, 2016). Yusuf (2021) Tanpa sadar, konsumen dihadapkan pada situasi tersebut setiap harinya. Sebelum memutuskan membeli, konsumen mengevaluasi berbagai pilihan yang tersedia dan membuat keputusan untuk memilih satu produk dari banyaknya pilihan tersebut.

Berdasarkan penelitian Fuadah dan Sari (2024) menyatakan variasi produk dan promosi terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hartinah, dkk (2023) menyatakan kualitas produk, harga, gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, Darmayanti dan Malau (2024) menyatakan kualitas produk, kemasan, dan varian produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian Awaludin, dkk (2024), keputusan pembelian dipengaruhi oleh variasi produk. Selain itu Ardiprawiro (2023) menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan variasi produk. Mistahudin, dkk (2024) menyatakan bahwa harga, variasi produk, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kurnianingtyas (2023) menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh *brand awareness*, variasi produk, dan *store atmosphere*.

Puji, dkk (2024) menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. Jadi dapat disimpulkan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, variasi produk, promosi,

kualitas produk, gaya hidup, kemasan, kualitas pelayanan, *brand awareness*, dan *store atmosphere*. Dalam penelitian ini hanya memfokuskan menggunakan variabel harga dan variasi produk yang mempengaruhi keputusan pembelian. Karena, variabel harga berpengaruh dominan pada penelitian (Ardiprawiro 2023). Selain itu variabel variasi produk juga berpengaruh dominan pada keputusan pembelian (Awaludin, dkk 2024).

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Menurut Maryam (2018), harga merupakan sejumlah uang yang dijadikan sebagai alat tukar untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang harus dikeluarkan oleh konsumen kepada produsen. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), harga adalah sejumlah uang yang dipertukarkan untuk suatu produk atau jasa. Apabila konsumen beranggapan bahwa harga suatu produk makanan atau minuman lebih tinggi dan dinilai kurang *worth it* untuk dibeli, maka kemungkinan besar konsumen tidak akan membeli produk tersebut.

Begitu pula sebaliknya, apabila konsumen beranggapan bahwa harga produk lebih terjangkau, maka kemungkinan besar konsumen akan melakukan pembelian ulang produk tersebut. Maka dari itu harga merupakan nilai tukar dalam transaksi jual beli, sangat mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih produk. Sehingga harga diharapkan meningkat pada keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Permana dan Afandi (2021) pada Melyn ATK Sukses Trenggalek bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain oleh Hartinah, dkk (2023) pada *Mixue Ice Cream & Tea* menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian lainnya oleh Pramana (2023) pada *Mixue* di Kota Singaraja

menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Serta penelitian oleh Miftahudin *et al* (2024) pada *Market Place Shopee* menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Variasi produk merupakan suatu proses menciptakan suatu produk yang beranekaragam baik dari ukuran, harga dan tampilannya. Variasi produk merupakan pengembangan suatu produk untuk menciptakan berbagai pilihan (Indrasari, 2019). Produk makanan atau minuman yang bervariasi tentunya sangat berpengaruh untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen karena konsumen akan merasa bosan apabila produk yang dijual hanya itu-itu saja. Dengan demikian, para pelaku usaha perlu terus berinovasi dengan tujuan untuk meningkatkan variasi produk yang ditawarkan sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Sehingga variasi produk diharapkan meningkat pada keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Permana dan Afandi (2021) pada Melyn ATK Sukses Trenggalek bahwa variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian oleh Miftahudin *et al* (2024) pada *Market Place Shopee* menyatakan bahwa variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun penelitian lainnya, Fadhilah, dkk (2023) pada Toko JSR Sumasri menyatakan bahwa variasi produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Serta penelitian, Wati (2021) pada pasta gigi Pepsodent di Kebumen menyatakan bahwa variasi produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan fenomena dan *research gap* masalah penelitian yang diperoleh dari penelitian terdahulu terkait keputusan pembelian, maka peneliti

tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Mixue* di Kecamatan Buleleng”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada konsumen *Mixue* di Kecamatan Buleleng yaitu:

- 1) Terjadi fluktuasi keputusan pembelian pada produk *Mixue* di Kecamatan Buleleng pada tahun 2022-2023.
- 2) Terdapat banyak variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk *Mixue* di Kecamatan Buleleng.
- 3) Adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian dengan pengaruh harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dihadapi, penelitian ini difokuskan pada *Mixue* di Kecamatan Buleleng. Dalam ruang lingkup penelitian ini, yang dijadikan variabel independen atau bebasnya yakni harga dan variasi produk, sementara yang dijadikan variabel dependen atau terikatnya yaitu keputusan pembelian.

#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis ungkapkan, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh harga dan variasi produk secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *Mixue* di Kecamatan Buleleng?
- 2) Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *Mixue* di Kecamatan Buleleng?
- 3) Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian produk *Mixue* di Kecamatan Buleleng?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang penulis ungkapkan, maka dapat dikemukakan tujuan masalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menguji pengaruh harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian produk *Mixue* di Kecamatan Buleleng
- 2) Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *Mixue* di Kecamatan Buleleng
- 3) Untuk menguji pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian produk *Mixue* di Kecamatan Buleleng

#### 1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis dan manfaat secara praktis.

### 1) Manfaat Penelitian Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya di bidang pemasaran tentang pengaruh harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian.

### 2) Manfaat Penelitian Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi kepada gerai *Mixue* untuk mampu dijadikan sebagai tambahan informasi dan juga mampu dipakai sebagai pertimbangan yang dalam hal ini menyangkut hal secara khususnya berkaitan tentang bagaimana cara melakukan penentuan pada kebijakan yang membahas mengenai harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian.

