

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

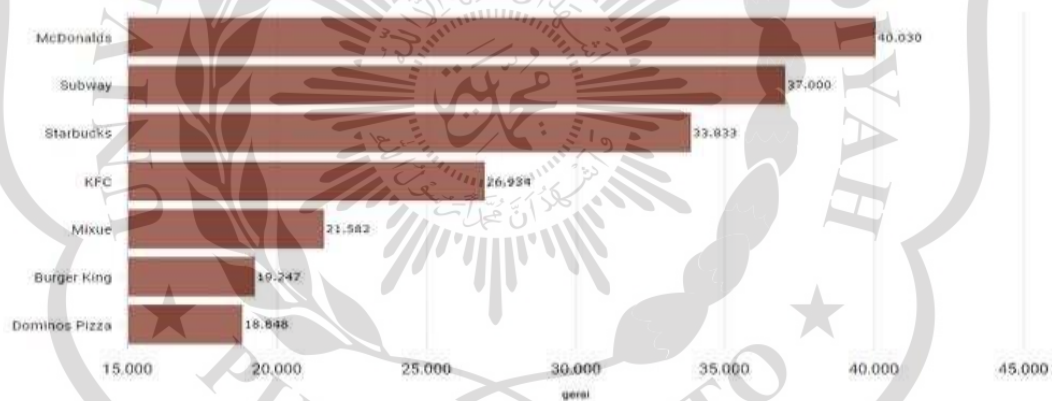
Salah satu sektor ekonomi paling beragam di Indonesia adalah industri produk yang bisa dikonsumsi. Konsumen mempunyai pilihan produk yang beragam dengan berbagai merek pesaing untuk mendapatkan perhatian dan preferensi dalam mengambil sebuah keputusan untuk membeli produk konsumsi yang mereka inginkan. Salah satu produk konsumsi yang banyak dibicarakan di masyarakat adalah es krim, dengan rasa manis dan sensasi dingin membuatnya menjadi makanan favorit orang-orang dari segala usia anak-anak hingga orang dewasa.

Industri es krim terus berkembang pesat karena es krim merupakan makanan penutup yang paling populer. Dalam situasi ini, merek es krim seperti Mixue telah berhasil menarik perhatian pelanggan. Beberapa waktu lalu, Mixue menjadi populer di media sosial dan beberapa daerah, salah satunya adalah Purwokerto. Perusahaan Mixue ini menyebar sangat cepat, di Purwokerto sendiri sudah memiliki 15 cabang terdekat (Rachmanta, 2023). Dengan banyaknya papan reklame Mixue di sepanjang jalan utama, sepertinya merek tersebut membuka toko setiap 2 meter. Sehingga, perusahaan itu dijuluki sebagai penjaga ruko kosong dan ramai dibicarakan di media sosial (MTI, 2023).

Persaingan antara produk es krim Mixue di Indonesia dengan produk es krim lainnya menunjukkan dinamika yang menarik. Mixue yang berasal dari

China dan memiliki banyak cabang di Indonesia dan berhasil bersaing dengan brand lainnya. Ditengah kepopuleran mixue muncul merek es krim baru seperti Ai Cha dan Momoyo yang menawarkan produk dan konsep serupa dengan Mixue (Y. M. Sari, 2023). Dari ketiga brand itu sama-sama menawarkan harganya yang terjangkau, tetapi kualitasnya tinggi dan desain produk yang menarik. Oleh karena itu, persaingan di pasar es krim Indonesia semakin ketat dan produsen harus terus berinovasi dan memahami kebutuhan konsumen agar tetap kompetitif dan mempertahankan pangsa pasar.

**Gambar 1.1**  
**Perusahaan F&B dengan Toko Waralaba Terbanyak di Dunia (2021)**



Sumber : katadata.co.id

Menurut data diatas Mixue memiliki jumlah toko terbesar kelima di dunia pada tahun 2021, bahkan melampaui Burger King. Hal ini membuktikan bahwa gerai Mixue mempunyai keunggulan tinggi dari pesaing dibawahnya. Di Indonesia sendiri, sebanyak 317 toko Mixue dibuka pada Maret 2020 dan Mixue berencana membuka 30.000 toko di seluruh dunia (Annur, 2022). Oleh karena itu, ketika konsumen membeli es krim Mixue, mereka akan

mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembeliannya, seperti Cita Rasa, Kualitas Pelayaann dan Label Halal yang akan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumennya.

Menurut Hasan *et al* (2023) keputusan pembelian merupakan pendekatan terhadap permasalahan yang berkaitan dengan kegiatan pembelian layanan atau produk dalam memuaskan kebutuhan dan keinginannya, serta mengindikasikan kebutuhan dan keinginan, untuk mencari informasi, mengevaluasi pembelian arlernatif, membuat keputusan pembelian dan mengambil tindakan setelah pembelian. Es krim Mixue adalah produk yang populer di pasar, untuk memahami keputusan pembelian penelitian ini akan mengeksplorasi beberapa variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu cita rasa, kualitas pelayanan dan label halal. Konsumen cenderung memilih es krim Mixue jika cita rasanya yang enak, kualitas pelayanannya baik dan mempunyai label halal yang jelas. Keputusan Pembelian antara lain dipengaruhi oleh cita rasa, kualitas pelayanan dan label halal.

Faktor pertama yaitu keputusan pembelian es krim Mixue adalah Cita Rasa. Menurut Sari *et al* (2021) menyatakan bahwa rasa adalah ciri suatu produk konsumsi berupa penampakan, baunya, perasa, teksturnya dan suhu. Persaingan cita rasa menjadikan pelanggan lebih memilih untuk membeli setiap varian es krim di Mixue yang memiliki produk bervariasi dan lezat untuk dikonsumsi. Berbagai industri es krim bersaing untuk memberikan yang terbaik

kepada pelanggannya, salah satunya adalah industri es krim Mixue yang sekarang semakin populer dengan cita rasa yang beragam dan klasik.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Octavian & Rosyidi (2023), Sari *et al* (2021), Ariska *et al* (2022), Hadi (2016), Maulana & Abadi (2022) yang menunjukkan bahwa Cita Rasa mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan menurut Arifin & Setyaningrum (2022), Bafadhal (2020), Hasan *et al* (2023) menemukan bahwa Cita Rasa tidak mempunyai pengaruh positif ataupun signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Fenomena Cita Rasa pada mixue memiliki beragam cita rasa yang ditawarkan oleh mixue. Mixue tidak hanya menjual *Es Krim* saja tetapi juga mereka menjual minuman dari *tea*.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi Keputusan Pembelian yaitu Kualitas pelayanan. Pelayanan yang berkualitas, ramah dan responsif dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Menurut Diosani *et al* (2023) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai keadaan dinamis yang mencakup proses produk, layanan, proses dan lingkungan dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan harapan pelanggan. Staf yang terlatih dan berpengetahuan dapat memberikan dukungan yang diperlukan kepada konsumen, menjawab pertanyaan mereka dan membuat rekomendasi yang tepat. Kecepatan pelayanan, kemudahan bertransaksi dan kebersihan tempat juga menjadi faktor penting. Pelayanan yang berkualitas tinggi dapat membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap es krim Mixue. Oleh karena itu, kualitas

pelayanannya harus benar-benar diperhatikan agar kepuasan pelanggan meningkat serta mempengaruhi keputusan pembelian berulang.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maulana, *et al* (2022), Ningsih, *et al* (2022), Kusdiana (2023), Bafadhal (2020), Diosani, *et al* (2023) mengungkapkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Lain hasilnya dengan Ariska, *et al* (2022), Pradana, *et al* (2021), Ginting, *et al* (2020) yang menyatakan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Fenomena kualitas pelayanan yang ada di mixue yaitu memberikan fasilitas seperti adanya sistem nomor antrian, pembayaran menggunakan qris, *waiting room*, dan *kids zone*.

Di era globalisasi dan keberagaman budaya, Label Halal menjadi pengaruh besar Keputusan Pembelian konsumen, terutama yang mengamati aspek halal dalam memilih makanan dan minuman. Label halal menjamin produk yang diolah sesuai dengan ajaran agama. Untuk konsumen tertentu seperti muslim, label halal memberikan kepastian dan keyakinan jika produk yang dikonsumsi aman. Dalam konteks es krim Mixue, label halal dapat menjadi bagian yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang dan memastikan bahwa produk yang dibelinya memenuhi kebutuhan kehalalannya.

Penelitian yang sudah dilakukan oleh Agustina (2022), Kusdiana (2023), Octavian & Rosyidi (2023) menunjukkan bahwa pelabelan Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Namun

menurut Fadila *et al* (2020), Hadi (2016), Utami & Genoveva (2020) menyatakan bahwa Label Halal tidak memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Fenomena Label Halal yang terjadi pada Mixue sudah mendapatkan halal sertifikatnya oleh Majelis Ulama Indonesia dan sudah terbukti bahan-bahan dan produksi pada Mixue aman tetapi Mixue belum memberikan tulisan/gambar pada kemasannya.

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Ginting & Dananjaya (2020) yang menggunakan Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen dalam penelitiannya, “Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Delivery Online Produk Makanan Pizza Hut Di Kota Bekasi Pada Masa Pandemi Covid-19”. Perbedaan dalam penelitian sebelumnya dengan penelitian yang ini terdapat pada variabel independennya. Dalam peneliti yang sekarang menambahkan variabel Label Halal dari penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2022). Perbedaan lainnya terletak pada objek dan respondennya. Penelitian ini menggunakan objek Es Krim Mixue dan responden penelitian ini yaitu konsumen Es Krim Mixue di Purwokerto. Dari latar belakang masalah dan perbedaan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Es Krim Mixue di Purwokerto)”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah diatas, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian es krim Mixue di Purwokerto ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian es krim Mixue di Purwokerto ?
3. Apakah Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian es krim Mixue di Purwokerto ?

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, agar permasalahan tidak terlalu luas, penelitian ini membatasi analisis pada tiga variabel utama yaitu, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Label Halal dalam konteks pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Pembatasan masalah dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel independen penelitiannya yaitu Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Label Halal (X3), variabel dependen penelitian ini Keputusan Pembelian (Y).
2. Responden dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian es krim Mixue di Purwokerto.
3. Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 2-3 bulan.

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hasil latar belakang dan perumusan masalah yang sudah disusun, penelitian bertujuan untuk :

- a) Menganalisis pengaruh variabel Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian.
- b) Menganalisis pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.
- c) Menganalisis pengaruh variabel Label Halal terhadap Keputusan Pembelian.

### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

#### **1) Manfaat Teoritis**

Pemahaman lebih mendalam mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi pilihan konsumen, khususnya yang berkaitan dengan es krim, dapat diperoleh dari penelitian ini. Dengan mempelajari bagaimana cita rasa, kualitas pelayanan dan label halal mempengaruhi konsumen pada keputusan pembelian barang atau jasa, penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan kita tentang bagaimana konsumen memilih barang dan jasa berdasarkan faktor- faktor tertentu. Penelitian ini dapat membantu dalam pembentukan teori pemasaran yang lebih luas dan relevan untuk produk makanan, terutama es krim.

## 2) Manfaat Praktis

### a) Bagi Perusahaan Es Krim Mixue di Purwokerto

Hasil penelitian ini dapat digunakan manajemen pemasaran untuk mengembangkan pemasaran produk es krim Mixue yang berkaitan dengan Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Label Halal untuk meningkatkan jumlah penjualan.

### b) Bagi Akademik

Temuan penelitian ini akan digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya mengenai Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian.

### c) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian.