



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern saat ini semakin banyak bisnis kuliner bermunculan. Hal ini dipengaruhi oleh budaya luar yang saling bersaing membuka restoran cepat saji, gerai minuman, dan hidangan penutup dengan konsep baru yang menampilkan keunggulan masing-masing produk.

Sehingga setiap pebisnis dituntut untuk lebih berfikir kreatif, inovatif dan mampu menciptakan peluang pasar yang ada. Tugas pebisnis bukan hanya menawarkan produknya saja tetapi mampu menciptakan nilai dari sebuah produk yang akan dijual kepada konsumen. Masyarakat Indonesia yang terbawa arus globalisasi kini sudah mengenal hidangan penutup setelah makan, biasanya hidangan penutup tersebut memiliki rasa yang manis.

Es krim adalah salah satu dari sebagian besar hidangan penutup yang populer dikalangan masyarakat global. Es krim pertama kali ditemukan dari zaman kepemimpinan Kaisar Naro, Romawi tahun 64 masehi. Pada saat itu cara penyajian dikombinasikan dengan campuran buah-buahan serta madu. Di Cina, sekitar tahun 700 masehi es krim dijadikan persembahan oleh Kaisar Tang dari Dinasti Shang, persembahan itu berupa gumpalan salju dengan tambahan susu dan sari buah serta diberi tambahan madu.

Cerita lain mengatakan bahwa es krim ditemukan dan datang ketika adanya hubungan dagang antara Cina dan Italia saat Marcopolo membawa resep es krim ke negaranya. Pada waktu itu, Italia telah mengenal jenis es yang serupa, tetapi resepnya berbeda. Es krim Italia dicampur dengan sirup dan campuran es. Es krim ini kemudian

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dinikmati oleh koki istana untuk membuat es krim dari campuran salju. Es krim baru mulai populer di Amerika pada abad ke-19, ketika mesin pembuat es krim pertama ditemukan. Mesin ini disebut Fase Iced Cram, dan ditemukan oleh kolonis Amerika. Di Indonesia, es krim diperkenalkan oleh orang Belanda dan dulunya merupakan barang mewah dan mahal yang hanya dinikmati oleh orang Belanda.

Saat ini tingkat konsumsi es krim di Indonesia tergolong rendah dibandingkan dengan negara-negara tetangga yaitu 0,7 liter – 0,8 liter per kapita per tahun. Adapun di Malaysia 2 liter per kapita, dan di Singapura sebanyak 5 liter perkapita. Namun setiap tahunnya tingkat permintaan es krim terus meningkat dikarenakan cuaca yang makin panas. Mengonsumsi es krim bukan hanya untuk sebagai hidangan penutup tapi bisa juga sebagai penghilang dahaga.

Es krim mengandung beragam manfaat seperti memberikan asupan vitamin, mineral yang tinggi, memberikan energi, meningkatkan kekebalan tubuh, merangsang otak, memperkuat tulang, dan meningkatkan mood yang lebih baik. Es krim juga berbahaya apabila dikonsumsi secara berlebihan seperti batuk, pilek, dan meningkatkan risiko obesitas karena didalam es krim terdapat kandungan sekitar 1.000 kalori lemak yang bisa menumpuk di pembuluh darah dan organ serta memperlambat metabolisme tubuh.

Baru-baru ini, pada tahun 2020, produk es krim bernama Mixue telah masuk ke Indonesia. Mixue Ice Cream & Tea adalah sebuah waralaba es krim yang berasal dari Tiongkok, dan didirikan oleh Zhang Hongchao pada tahun 1997. Perjalanan bisnis Mixue dimulai dengan menjual es serut di sebuah toko minuman dingin yang khusus membuat es serut.

Pada waktu itu, Zhang bekerja paruh waktu sambil menyelesaikan pendidikannya. Setelah bekerja beberapa saat di tempat penjual es serut, Zhang memutuskan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



memulai bisnisnya sendiri. Modal awalnya sekitar 4.000-yuan atau setara dengan Rp 8 juta yang diberikan oleh neneknya. Keterbatasan modal membuat peralatan yang dimiliki juga sederhana. Mesin untuk memproduksi es serutnya bahkan dirakit sendiri oleh Zhang dengan membeli motor, meja putar, dan pemotong.

Secara perlahan bisnis ini terus berkembang dengan mulai menambahkan produk baru yaitu teh susu. Dengan kegigihannya, Hongchao mendapatkan laba sebesar 100yuan atau setara Rp 200 ribu sehari. Meskipun mengalami masalah musim yang mengakibatkan toko pertamanya ditutup, Zhang Hongchao tidak menyerah dan pada tahun 1999, ia kembali mendirikan toko es serut dengan nama baru, yaitu Mixue Bingcheng. Selama bertahun-tahun, ia menghadapi berbagai tantangan hingga pada tahun 2006, ia menemukan tempatnya di pasaran.

Pada saat itu, es krim cone berbentuk seperti obor dari Jepang mulai muncul di Zhengzhou, tepatnya menjelang Olimpiade Beijing 2008. Dari sinilah, Hongchao menemukan peluang bisnis dan berhasil menciptakan formula es krim yang tepat dan terjangkau. Bisnis Mixue pun mulai berkembang pesat dan semakin dikenal banyak orang, sehingga pada tahun 2007, ia membuka waralaba dan lusinan toko dibuka dengan cepat di provinsi Henan, tempat kantor pusat berada. Bahkan, dalam waktu setahun, jumlah gerainya mencapai 180 dan Mixue Bingcheng resmi menjadi sebuah perusahaan.

Selain di bidang es krim, Mixue juga menjadi merek teh boba tunggal terlaris di Tiongkok dengan pendapatan tahunan mencapai 6,5 miliar yuan atau setara dengan Rp 13 triliun. Pada tahun 2018, Hongchao melakukan ekspansi besar-besaran ke berbagai negara seperti Vietnam, Singapura, Malaysia, dan Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI IKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

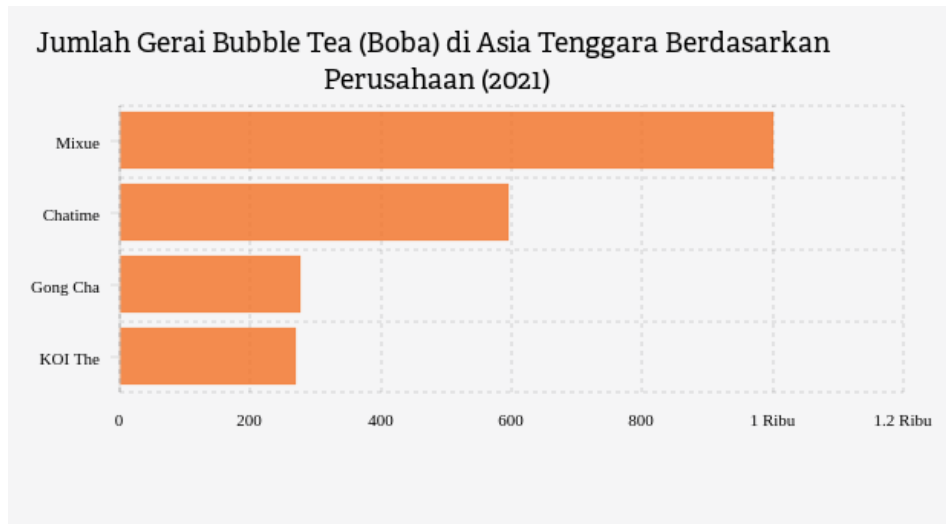
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1. 1
Jumlah Gerai Boba di Asia Tenggara (2021)



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/20/mixue-memiliki-jejaring-boba-terbanyak-di-asia-tenggara>

Bedasarkan riset yang dilakukan perusahaan tahun 2021, diketahui bahwa jumlah gerai minuman Mixue mengalami pertumbuhan sekitar 1 ribu dibandingkan gerai lainnya. Hal ini membuktikan bahwa tingkat konsumsi yang meningkat sehingga menimbulkan peluang bisnis.

Gambar 1. 2
Daftar Harga Produk Mixue

Produk	Harga
STRAWBERRY ICE CREAM	8k
BOBA Sundae	16k
Hawaiian Fruit Tea	22k
Lemon Earl Grey Tea	12k
Brown Sugar Pearl Milk Tea	19k
Mocha Mi-shake	16k
Creamy Mango Boba	22k
Americano Coffee	12k
Supreme Mixed Milk Tea	22k
Fresh Ice Cream	
Mixue Ice Cream	8k
BOBA Shake	16k
Mi-Sundae	16k
Strawberry Mi-Shake	16k
Chocolate Cookies Smoothies	16k
Smoothies with Ice Cream	16k
Coffee Smoothies	16k
Lucky Sundae	16k
Ice Cream Tea	13k
Real Fruit Tea	
Peach Earl Grey Tea	16k
Fresh-Squeezed Lemonade	10k
Passion Fruit Jasmine Tea	20k
Lemon Jasmine Tea	12k
Mango Oats Jasmine Tea	16k
Jasmine Tea with 2 Toppings	13k
Earl Grey Tea with 2 Toppings	13k
Milk Tea	
Pearl Milk Tea	19k s.d. 22k
Oats Milk Tea	19k s.d. 22k
Coconut Jelly Milk Tea	19k s.d. 22k
Red Bean Milk Tea	19k s.d. 22k
Milk Tea with 2 Toppings	19k s.d. 22k
Original Tea	
Original Jasmine Tea	10k s.d. 12k
Original Earl Grey Tea	10k s.d. 12k

Sumber: <https://pergikuliner.com/restaurants/mixue-cihampelas/menus>



Bedasarkan Tabel diatas menyatakan bahwa harga produk mixue yang relatif terjangkau dengan kualitasnya yang premium. Jika dibandingkan dengan produk es krim M&D, KFC, dan lain lain yang harganya sebesar 6 ribuan dan belum termasuk pajak serta ukuran yang kecil. Dari sisi produk minuman dibandingkan dengan brand Haus, teh poci yang kisaran harganya sebesar 5 ribu, memang lebih murah tetapi tiap produk memiliki kekhasannya masing-masing. Mixue bisa menjadi salah satu pilihan dalam pengambilan keputusan produk es krim yang akan dibeli ataupun produk minuman boba yang ada.

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:249), Produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang nyata atau tersirat adalah produk atau layanan yang fokus pada kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, produk atau layanan harus mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan dengan cara yang tepat, baik melalui kualitas produk atau layanan, ketersediaan, harga, atau fitur lainnya yang diperlukan oleh pelanggan. Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memustuskan pembelian suatu produk. Dalam melakukan pemasaran produk, Mixue sangat menjaga kualitas produk sebelum dijual kepada konsumen. Yang kedua harga, Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Mixue tergolong murah dikarenakan pemasok bahan bakunya berasal dari lokal, sehingga tidak perlu melakukan impor. Walaupun dengan harga terjangkau kualitas serta rasanya tidak perlu diragukan lagi. Jika dibandingkan dengan brand lain mixue bisa menyaingi brand besar lainnya. Mixue sendiri memiliki target pasar menengah kebawah yang menjadi proporsi terbesar di Indonesia saat ini, sebagian besar dari

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



golongan pelajar, dan pekerja. Dengan adanya beberapa faktor ini menjadikan pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan melakukan pembelian secara berulang. Mixue juga konsisten melakukan berbagai inovasi pengembangan produk yang awalnya menjual es krim kemudian beralih ke minuman seperti teh, buah, dan lainnya.

Dengan adanya beberapa faktor diatas tentunya akan menjadikan pertimbangan konsumen melakukan pembelian berulang. Fenomena persaingan Kualitas serta Harga ini mendorong peneliti untuk meneliti hal apa saja yang menjadikan konsumen memilih produk mixue dibandingkan brand lainnya. Penelitian ini diberi judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian ulang Produk Mixue di Jakarta Utara”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Produk Mixue?
2. Bagaimana Harga Produk Mixue sangat terjangkau?
3. Bagaimana Keputusan pembelian ulang konsumen Produk Mixue?
4. Apakah Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian ulang Produk Mixue?
5. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian ulang Produk Mixue?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti akan membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti menjadi:

1. Apakah Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian ulang Produk Mixue?
2. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian ulang produk Mixue?

1.4 Batasan Penelitian

Mengingat keterbatasan yang ada, maka penelitian ini akan dibatasi sebagai berikut:

1. Objek penelitian yang dipakai adalah Produk Mixue di Jakarta Utara
2. Subjek penelitian adalah Konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi Produk Mixue di Jakarta Utara lebih dari 1 kali
3. Variabel yang akan diteliti adalah Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian Ulang
4. Data yang dikumpulkan berdasarkan kuisioner
5. Penelitian dilakukan dari Oktober 2022 sampai dengan Maret 2023



1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah, maka Perumusan Masalah yang di ambil adalah sebagai berikut:” Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Mixue di Jakarta Utara”.

1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran besar mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Mixue. Penelitian dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Mixue di Jakarta Utara
2. Untuk mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Mixue di Jakarta Utara

Hak Ciptaan dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1.7 Manfaat penelitian

Manfaat-manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini digunakan sebagai tambahan pengetahuan, pengalaman serta dapat diterapkan pada kehidupan sehari-hari.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi perusahaan yang diteliti agar lebih baik lagi dan terus berkembang, Menjadi masukan untuk menganalisa kualitas yang disajikan kepada konsumen.

3. Bagi Pihak lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan bacaan yang berguna untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.