

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi dan keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya menyebabkan seorang pembeli harus mengaktualisasikan kebutuhannya. Era globalisasi telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang. Salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Untuk mencapai hal itu, para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran. Persaingan bisnis menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan pembeli yang loyal. Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha saat ini. Di samping itu, banyaknya usaha bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan,

terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis. Hal ini menyebabkan perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah bisnis di bidang makanan. Padatnya aktivitas di zaman modern dewasa ini menyebabkan kebanyakan orang tidak mempunyai banyak waktu luang untuk mempersiapkan sendiri makanan di rumah dan cenderung ingin menikmati makanan yang siap saji. Bisnis ini cukup menjanjikan karena kebutuhan utama yang harus dipenuhi orang yang tidak bisa diingkari adalah makanan.

Bisnis kuliner ini merupakan bisnis yang pangsa pasarnya tidak mengenal umur. Siapa saja membutuhkan dan sangat menikmati berbagai macam sajian kuliner yang kian menjamur, dan hal ini dapat dilihat dari makin banyaknya cafe, rumah makan, dan bahkan warung tenda bermunculan di berbagai tempat di kota Surabaya baik yang berlokasi di dalam sebuah mall atau pusat perbelanjaan, di pinggir jalan raya maupun di daerah perumahan. Dengan makin maraknya persaingan antar usaha kuliner saat ini, menuntut para pemilik bisnis kuliner ini untuk selalu berimprovisasi dengan memberikan keunikan pada setiap produk, dan harga agar mampu mempertahankan eksistensinya.

Kualitas produk atau kualitas makanan sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena banyak dari konsumen yang menilai makanan dari segi rasa, keunikan, dan variasi. Kualitas makanan yang baik adalah makanan yang menarik dimata konsumen, maksudnya adalah menarik dari segi warna, aroma dan rasa. Selain itu makanan juga harus higienis terhindar dari bakteri yang menyebabkan makanan terlihat kurang sehat bahkan tidak layak makan. Faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen yaitu harga. Harga adalah sejumlah uang yang diperlukan untuk mendapatkan sejumlah barang. Untuk mendapatkan sebuah harga diperlukan strategi-strategi agar rasa dirasa cukup ideal oleh konsumen. Harga yang baik adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk yang di tawarkan dan sesuai kelas konsumen, Konsumen dibagi menjadi 3 yaitu kelas bawah menengah dan atas. Konsumen kelas bawah biasanya lebih mengutamakan harga yang murah meskipun kualitasnya kurang baik. Konsumen kelas menengah biasanya tidak begitu memperhatikan harga dan kualitas namun menyesuaikan kondisi dan keinginan konsumen tersebut, dan konsumen kelas atas adalah konsumen yang sangat memperhatikan kualitas produk. Mereka akan berani membayar mahal untuk produk yang dapat memberi kepuasan untuk mereka. Jadi dalam menetapkan harga para pelaku usaha harus benar-benar menyesuaikan dengan keadaan pasar.

Kedai Kober Mie Setan adalah kedai yang sangat booming di kota Surabaya dan sudah memiliki dua cabang di Surabaya. Salah satu cabangnya terletak di daerah Semolowaru. Saat ini Kedai tersebut sangat ramai diperbincangkan di kalangan remaja Surabaya. Kedai Kober Mie Setan sangat

ramai di kunjungi khususnya para pecinta makanan pedas karena Kober Mie Setan terkenal dengan makanan pedasnya. Mereka melakukan inovasi dari produk mie yang awalya biasa-biasa saja diolah menjadi mie dengan cita rasa baru, yaitu cita rasa pedas yang memang menjadi khas dari Kober Mie Setan itu sendiri. Mulai dari rasa pedas yang biasa-biasa saja, sedang, sampai rasa pedas yang menantang. Mereka menyediakan menu mie dengan tingkat level kepedasan yang berbeda-beda sesuai dengan keinginan konsumen, jadi pelanggan bisa menentukan pilihan sendiri untuk menikmati mie sesuai level kepedasan yang mereka inginkan. Menu yang disediakan oleh Kedai Kober Mie Setan mempunyai tiga variasi rasa yaitu mie iblis, mie setan, dan mie angel. Mie angel sendiri ditujukan untuk para pecinta mie namun tidak menyukai rasa pedas. Munculnya inovasi makanan-makanan pedas tersebut tidak lain hanya untuk memanjakan lidah konsumen yang menyukai masakan pedas. Hal ini dikarenakan potensi pasar mayoritas masyarakat Jawa Timur khususnya di Surabaya sendiri makanan pedas menjadi favorite disetiap kalangan terutama kalangan remaja.

Dalam pengamatan awal ada keluhan yang dirasakan oleh beberapa konsumen Kedai Kober Mie Setan. Keluhan tersebut adalah kualitas mie yang dihidangkan kadang-kadang tidak sesuai dengan standar produk yang ada. kadang kurang bumbu, kurang pedas, kadang terlalu pedas melebihi level pesanan, sehingga dapat merubah cita rasa mie, dan konsumen pun kurang menikmati makanannya. Lalu, jika berbicara tentang harga sampai saat ini belum ada permasalahan yang terkait mengenai harga pada Kedai Kober Mie Setan, karena harga Kober Mie Setan terhitung relatif murah yaitu Rp.9.500 per porsi. Dengan

harga yang relatif murah tersebut konsumen sudah dapat menikmati cita rasa khas dari mie setan. Berikut ini jumlah data pengunjung yang diperoleh Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya pada tahun 2018.

Tabel 1.1
Data Laporan Pengunjung Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya
Tahun 2018

| Bulan | Pengunjung |
|---------------|-------------------|
| JANUARI | 27900 |
| REBRUARY | 25200 |
| MARET | 29450 |
| APPRIL | 25800 |
| MEI | 30225 |
| JUNI | 27600 |
| JULI | 29140 |
| AGUSTUS | 30380 |
| SEPTEMBER | 27000 |
| OKTOBER | 28210 |
| NOVEMBER | 27750 |
| DESEMBER | 28985 |
| Jumlah | 337640 |

Sumber : Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat terlihat bahwa dalam satu tahun pengunjung Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya mengalami fluktuatif. Hal ini

perlu diperhatikan oleh pemilik untuk lebih memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen untuk meningkatkan penjualan Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya.

Berdasarkan paparan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga terhadap Minat Beli Konsumen Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya?
2. Apakah Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya?
3. Apakah Harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya.

2. Mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya.
3. Mengetahui dan menganalisis Harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang dikemukakan diatas, adapun manfaat yang diharapkan antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap penunjang ilmu pengetahuan dalam kajian administrasi bisnis terutama berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli produk untuk referensi yang berguna bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan bahan penunjang bagi perusahaan untuk mengetahui aspek-aspek yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam mengkonsumsi Kober Mie Setan Semolowaru Surabaya yang berkaitan dengan Kualitas Produk dan Harga.