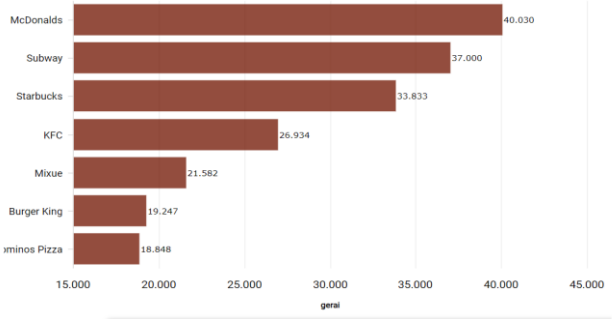
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis kuliner pada saat ini memiliki suatu peluang untuk meraih keuntungan yang didukung dengan perubahan pola hidup manusia yang menyebabkan kebutuhan manusia ikut berubah terutama dalam kebutuhan makan dan minum khususnya. Indutri minuman siap saji di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam lima tahun terakhir. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menyukai produk cepat saji, praktis, dan terjangkau menjadikan sektor Food and beverage (F&B) sebagai salah satu industri yang paling kompetitif.

Kehadiran berbagai brand minuman, baik lokal maupun internasional, membuat persaingan di pasar semakin ketat. Salah satu brand industry minuman siap saji yang mencuri perhatian Masyarakat adalah *Mixue*, yang dikenal dengan produk es krim dan minuman dengan harga terjangkau serta gerai yang mudah ditemukan hampir di seluruh kota di Indonesia.



Sumber : Katadata.co.id

Gambar 1. 1 Gerai waralaba terbanyak di dunia tahun 2021

Berdasarkan Gambar 1.1 dari laporan Momentum Works, perusahaan es krim dan minuman asal Tiongkok Mixue pada tahun 2021 memiliki 21.582 gerai waralaba (*franchise*) yang tersebar di berbagai negara. Jumlah tersebut menjadikan Mixue sebagai perusahaan makanan dan minuman (*food and beverage*) dengan gerai *franchise* terbanyak ke-5 di dunia. Banyaknya gerai Mixue bahkan mengalahkan Burger King dan Domino's Pizza. Mixue saat ini menjadi sorotan warganet lantaran gerainya kian menjamur di Indonesia. Gerai perusahaan milik Zhang Hongchaio ini pertama kali muncul di Indonesia pada 2020, tepatnya di Cihampelas Walk, Kota Bandung. Kemudian jumlahnya terus bertambah hingga mencapai 300 gerai yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, mulai dari mall, pasar tradisional, sampai pengkolan jalan. (katadata.co.id, 2022).

Pertumbuhan Mixue yang sangat cepat ini menunjukkan bahwa Perusahaan mampu menarik minat konsumen melalui strategi pemasaran yang efektif. Namun, dalam persaingan bisnis yang ketat, hanya mengandalkan harga murah tidaklah cukup untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Konsumen saat ini semakin kritis dan selektif dalam menilai sebuah brand. Mereka tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga memperhatikan kualitas pelayanan, hingga pengalaman secara keseluruhan saat berinteraksi dengan brand.

Kualitas pelayanan menjadi salah satua spek yang sangat penting dalan industri minuman. Kualitas pelayanan dapat ditentukan melalui perbandingan persepsi para pelanggan kepada pelayanan yang sebenarnya

diaharapkan *(Viola et al., 2024)*. Kualitas pelayanan yang optimal mampu menciptakan persepsi positif dikalangan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menurunkan minat konsumen meskipun harga produk murah. Pada konteks Mixue, banyak pelanggan memberikan penilaian berbeda-beda terkait pelayanan outlet, seperti kebersihan, penyajian, keramahan karyawan, kecepatan penyajian, dan konsistensi citarasa (data internal). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih menjadi faktor yang perlu diperhatikan oleh setiap pemilik outlet agar mampu memenuhi harapan konsumen.

Selain kualitas pelayanan, inovasi menu juga sangat penting dalam menarik minat konsumen. Dengan tren minuman yang kekinian pelaku bisnis diharuskan dapat menciptakan inovasi menu yang baru dan unik untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Konsumen cenderung lebih tertarik dengan produk baru dan inovatif, dan lebih memilih produk yang memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka (Al Sukri et al., 2024). Mixue secara berkala menghadirkan inovasi varian menu baru yang dapat menarik konsumen baru dan mempertahankan pelangan lama.

Tabel 1. 1 Varian Menu Mixue

Nama Produk
Mango Egg Pudding Milk Jasmine Tea
Strawberry Peach Jasmine Tea
Mint Lemonade
Brown Sugar Latte

Sumber: Data hasil observasi peneliti

Disisi lain, perkembangan teknologi membuat cepatnya informasi tersebar. Dalam dunia F&B teknologi sangat berguna untuk meningkatkan penjualan. Dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen mencari sejumlah informasi terkait produk yang akan dibelinya. salah satu sumber yang diperhatikan oleh konsumen adalah promosi (Setianingsih, 2022). Diera saat ini, promosi menjadi strategi pemasaran yang sangat efektif. Dengan promosi dapat menarik konsumen untuk datang dan melakukan pembelian. Mixue melakukan promosi dengan pemanfaatan media sosial melalui konten dan promo harga untuk menarik minat konsumen.

Berdasar data tersebut, Keputusan pembelian konsumen di Mixue dipengaruhi oleh kualitas layanan, inovasi menu, dan strategi promosi yang dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis **pengaruh kualiatas layanan, inovasi menu, dan promosi terhadap Keputusan pembelian minuman di mixue pondok permata suci Gresik**, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen dalam mengembangkan strategi pemasaran yang unggul dan berdaya saing.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.2.1 Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minuman pada Mixue Pondok Permata Suci Gresik?

1.2.2 Apakah inovasi menu berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minuman pada Mixue Pondok Permata Suci Gresik?

1.2.3 Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minuman pada Mixue Pondok Permata Suci Gresik?

1.2.4 Apakah kualitas layanan, inovasi menu, dan promosi memiliki pengaruh simultan terhadap Keputusan pembelian minuman di Mixue Pondok Permata Suci Gresik.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan fokus, maka penelitianini dibatasi pada:

1.3.1 Variabel independen penelitian hanya mencakup kualitas layanan, inovasi menu, dan promosi.

1.3.2 Keputusan pembelian konsumen Mixue PONDOK PERMATA SUCI GRESIK dijadikan sebagai variabel dependen penelitian ini.

1.3.3 Responden penelitian dibatasi pada konsumen yang pernah melakukan pembelian minuman di Mixue PONDOK PERMATA SUCI GRESIK minimal satu kali.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian minuman pada Mixue PONDOK PERMATA SUCI GRESIK.

1.4.2 Menganalisis pengaruh inovasi menu terhadap keputusan pembelian minuman pada Mixue PONDOK PERMATA SUCI GRESIK.

1.4.3 Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian minuman pada Mixue PONDOK PERMATA SUCI GRESIK.

1.4.4 Menganalisis pengaruh kualitas layanan, inovasi menu, dan promosi secara simultan terhadap Keputusan pembelian di Mixue PONDOK PERMATA SUCI GRESIK

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi berbagai pihak, di antaranya:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Memperkaya wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran, dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada industri minuman kekinian.

Menjadi referensi dalam pengembangan teori tentang kualitas layanan, inovasi menu, promosi, dan dampaknya terhadap keputusan pembelian.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti : Meningkatkan pengalaman dan pengetahuan dalam melaksanakan penelitian kuantitatif di bidang manajemen pemasaran.
2. Bagi Manajemen Mixue : Menjadi dasar evaluasi dalam meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan, Memberikan masukan terkait pentingnya inovasi menu untuk mempertahankan minat konsumen, Memberikan gambaran efektivitas promosi digital sebagai strategi pemasaran yang berkelanjutan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya : Menjadi referensi untuk penelitian lanjutan yang relevan dengan variabel yang sama maupun pengembangan variabel lain dalam konteks penentuan keputusan pembelian.