

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mie merupakan sumber karbohidrat yang dibuat dari bahan dasar tepung terigu yang dapat dipakai sebagai pengganti beras. Mie cukup digemari masyarakat Indonesia, hal ini dikarenakan cara pembuatan mie yang mudah dan rasa mie yang dapat diterima semua kalangan. Produk mie umumnya digunakan sebagai sumber energi karena memiliki karbohidrat cukup tinggi (Rustandi,2011). Pada umumnya mie dibuat dari tepung terigu, tepung terigu mengandung senyawa gluten. Gluten dapat menghasilkan produk mie yang kenyal dan tidak mudah putus (Paker, 2003). Mie merupakan salah satu makanan yang populer di Asia terutama di Asia tenggara dan khususnya di Indonesia. Pengolahan mie dilakukan untuk menjadikan mie sebagai salah satu pangan alternatif pengganti nasi. Hal ini tentu sangat menguntungkan ditinjau dari sudut pandang penganeekaragaman konsumsi pangan. Mie biasa di buat dari tepung terigu sebagai bahan bakunya. Mie basah adalah mie mentah yang sebelum dipasarkan mengalami proses perebusan dalam air mendidih.

Menurut Lupiyoadi (2001) lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan, dan lokasi merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Sebuah lokasi untuk sebuah perusahaan diperlukan ketika mendirikan sebuah bisnis. Menurut Hanif (2001), lokasi atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan operasional sehari-hari. Alhasil, lokasi bisnis yang strategis akan memudahkan pelanggan untuk dijangkau. Akibatnya, penyedia layanan harus hati-hati mempertimbangkan, memilih, dan memilih lokasi yang dapat beradaptasi dengan perubahan ekonomi, demografi, budaya, persaingan, dan peraturan di masa depan. Rajahani (2005) menyelidiki pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian supermarket. Menurut temuan penelitiannya, lokasi mempengaruhi keputusan pembelian di supermarket.

Promosi merupakan mengiklankan atau memberikan potongan harga maupun diskon terhadap suatu produk tertentu untuk meningkatkan hasil penjualan produk tersebut. Sehingga dengan promosi dapat menarik konsumen tertarik untuk membeli suatu produk. Promosi merupakan salah satu variabel di dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Menurut L. Bell, dalam Basu Swastha dan Irawan (1990:349) dalam Herlambang (2014:56) promosi merupakan semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan.

Menurut Kotler (1993) dalam herlambang (2014:47) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

Persaingan pada dunia usaha dirasakan oleh pelaku usaha pada bidang makanan atau kuliner, salah satunya adalah Mie Sakera. Usaha ini berawal dari keinginan pemilik usaha untuk mendapat penghasilann dari dunia kuiner dan karna pada saat itu mie dengan berbagai level masih terbilang sedikit didaerah jember. Keunikan dari Mie Sakera sendiri ialah pemberian nama pada level Mie Sakera yang menggunakan bahasa madura. Semakin tinggi minat konsumen terhadap menu Mie Sakera yang disajikan pada Mie Sakera membuat usaha mie ini menjadi semakin berkembang.

Mie Sakera awalnya berdiri pada tahun 2016 di Kalisat dan kemudian membuka cabang di Jl. Danau Toba pada tahun 2018. Menu yang ditawarkan pada Mie Sakera ini yakni mie goreng dengan berbagai level. Dengan kisaran harga Rp.10.000,- sampai dengan Rp.12.000,- . Warung Mie Sakera menggunakan mie yg berbahan dasar tepung dan diperoleh dari hasil produksi sendiri. Yang membuat rasa dari Mie Sakera tetap terjaga sampai sekarang, suasana Mie Sakera yang nyaman dan tampilannya yang sederhana cocok untuk digunakan sebagai tempat berkumpul dengan keluarga maupun dengan teman.

Mie sakera dikota Jember saat ini sudah semakin berkembang. Mie Sakera merupakan produsen mie yang menjual mie dengan berbagai *topping*. Mie Sakera yang berada di Jl. Danau Toba ini berbeda dengan pesaing serupa yang berada

didekat dengan perguruan tinggi negeri. Mie Sakera harus lebih aktif dalam meningkatkan jumlah keputusan pembelian Mie Sakera. Serta memperluas lahan area tempat parkir untuk mempermudah konsumen mengakses area tersebut.

Dengan adanya fenomena tersebut, maka hal tersebut bisa dilakukan penelitian untuk meneliti pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Mie Sakera di Jember. Sehingga membuat penelitian ini berjudul “Pengaruh Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Sakera Di Jl Danau Toba Kabupaten Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka akan didapat rumusan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian secara serempak pada Mie Sakera Di Jl Danau Toba Kabupaten Jember?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Mie Sakera Di Jl Danau Toba Kabupaten Jember?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Mie Sakera Di Jl Danau Toba Kabupaten Jember?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Mie Sakera Di Jl Danau Toba Kabupaten Jember?
5. Variabel apakah yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mie Sakera Di Jl Danau Toba Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian secara serempak pada Mie Sakera Di Jl Danau Toba Kabupaten Jember.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara parsial pada Mie Sakera Di Jl Danau Toba Kabupaten Jember.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian secara parsial pada Mie Sakera Di Jl Danau Toba Kabupaten Jember.

4. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian secara parsial pada Mie Sakera Di Jl Danau Toba Kabupaten Jember
5. Menentukan dan menganalisis variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mie Sakera Di Jl Danau Toba Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi pemilik

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak pemilik untuk dapat mempertahankan konsumennya dengan melihat faktor yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen

2. Bagi Peneliti

Untuk menambah literatur kepustakaan dibidang penelitian mengenai pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen

3. Bagi peneliti lain

Untuk menambah referensi dan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.