

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat dan meningkatnya kebutuhan akan konsumsi makanan yang praktis dan berkualitas. Perkembangan teknologi dan kemudahan akses informasi turut mendorong munculnya berbagai inovasi dalam produk makanan dan pelayanan, sehingga semakin banyak pilihan bagi konsumen. Persaingan di industri kuliner pun semakin ketat, menuntut pelaku usaha untuk dapat memberikan nilai lebih melalui kualitas produk, harga yang kompetitif, serta lokasi yang strategis agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, pengusaha kuliner perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen sebagai dasar untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Berdasarkan data resmi dari Badan Pusat Statistik (2025) jumlah penduduk Indonesia pada pertengahan tahun 2025 mencapai 284,44 juta jiwa. Jumlah ini menunjukkan bahwa Indonesia merupakan pasar yang sangat besar dan potensial bagi industri makanan dan minuman.

Kabupaten Jember merupakan wilayah dengan penduduk yang heterogen secara etnis dan dikenal sebagai kota pendidikan karena banyaknya perguruan tinggi. Hal ini membuat kebutuhan konsumsi makanan di wilayah ini semakin kompleks. Berdasarkan Kabupaten Jember Dalam Angka 2025 yang dirilis oleh BPS Kabupaten Jember, tercatat terdapat 125 outlet restoran dan rumah makan yang tersebar di berbagai wilayah Kabupaten Jember (BPS Kabupaten Jember, 2025). Salah satu jenis makanan yang sangat digemari masyarakat Indonesia adalah mie. Berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2023, sebanyak 92% masyarakat Indonesia mengonsumsi mie instan (Sariyani dkk., 2023:150). Fakta ini menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap makanan berbahan dasar mie, sehingga mendorong persaingan di industri ini. Hal ini menunjukkan seberapa besar masyarakat Indonesia menyukai mie sebagai

hidangan makanan. Industri olahan makanan berbahan dasar mie saling berlomba untuk menciptakan diferensiasi dengan tujuan simpati dihati konsumen. Diantara diferensiasi olahan mie yang dilakukan adalah memberikan citarasa pedas yang dapat menggugah selera konsumen.

Restoran Mie Kober merupakan salah satu restoran olahan mie yang terdapat di Kabupaten Jember, restoran Mie Kober di Jember merupakan salah satu cabang restoran yang mempunyai induk di Kabupaten Malang. Saat ini restoran Mie Kober di Kabupaten Jember memiliki 2 cabang, yaitu terdapat di Kecamatan Sumbersari dan Kecamatan Patrang. Mie Kober bukan satu satunya restoran olahan mie yang mengangkat citarasa pedas sebagai rasa unggulan di Kabupaten Jember, terdapat beberapa restoran olahan mie yang mengangkat cita rasa pedas. Hal ini menjadikan Mie Kober harus bersaing dengan restoran yang serupa untuk dapat bertahan dan berkembang.

Konsumen cenderung melakukan keputusan pembelian dengan melihat tiga faktor, yaitu kualitas produk, harga yang ditawarkan dan lokasi pembelian. Menurut Anggraini dan Saino (2021:1593), kualitas produk merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya dalam usaha kuliner olahan mie pedas. Kualitas produk yang baik akan memberikan rasa puas kepada konsumen, sehingga mereka tidak merasa dirugikan saat melakukan pembelian. Sebaliknya, apabila kualitas produk tidak sesuai harapan, maka konsumen cenderung enggan melakukan pembelian ulang, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif terhadap keberlangsungan usaha.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi faktor yang tidak kalah penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Harga yang dianggap sesuai dengan kualitas produk akan mendorong konsumen untuk membeli, sedangkan harga yang terlalu tinggi atau tidak sebanding dengan kualitas dapat menurunkan minat beli konsumen. Temuan Anggraini dan Saino (2021:1593) pada penelitian mereka di Mie Gacoan Surabaya menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Lokasi juga memegang peranan penting dalam menarik minat konsumen. Lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau akan memudahkan konsumen

untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Sebaliknya, jika lokasi usaha sulit dijangkau atau berada di tempat yang kurang strategis, konsumen cenderung enggan untuk datang. Penelitian yang sama oleh Anggraini dan Saino (2021:1594) juga membuktikan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Mie Kober sebagai salah satu restoran olahan mie yang mengusung citarasa pedas di Kabupaten Jember memiliki kompetitor yang mengusung citarasa sejenis, diantara kompetitor Mie Kober adalah restoran mie gacoan, mie sakera dan wizzmie. Peneliti melakukan pengamatan bahwa pelanggan olahan mie bercitarasa pedas didominasi oleh mahasiswa dan kelompok umur remaja. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh pengelola Mie Kober adalah terdapat restoran olahan mie yang mengusung konsep serupa, yaitu bercitarasa pedas. Sehingga hal ini menjadikan konsumen banyak memiliki pilihan. Adanya persaingan dari kompetitor yang mengusung konsep serupa membuat pengelola Mie Kober memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen supaya konsumen tidak merasa kecewa dan berpindah pada kompetitor yang lain.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji variabel yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli Mie Kober. Peneliti mengusung judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Kober Cabang Patrang di Kabupaten Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Uraian yang sudah dikemukakan dalam latar belakang, permasalahan dalam proses penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk, Harga, Lokasi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian Mie Kober Cabang Patrang di kabupaten Jember?
2. Apakah kualitas produk, Harga, Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Mie Kober Cabang Patrang di kabupaten Jember?
3. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Mie Kober Cabang Patrang di kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh kualitas produk, Harga, Lokasi secara serempak terhadap keputusan pembelian Mie Kober Cabang Patrang di kabupaten Jember.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh kualitas produk, Harga, Lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian Mie Kober Cabang Patrang di kabupaten Jember.
3. Menentukan dan menganalisis pengaruh variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian Mie Kober Cabang Patrang di kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka dari hasil penelitian diharapkan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu melengkapi wawasan peneliti terhadap pengaruh kualitas produk, Harga, Lokasi terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi langkah menuju penyelesaian pendidikan di Politeknik Negeri Jember. Melalui pemahaman yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, peneliti akan dapat mengembangkan kompetensi dan pengetahuan yang relevan dalam dunia bisnis.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan, khususnya Mie Kober Cabang Patrang di Kabupaten Jember, diharapkan dapat mengambil manfaat dari penelitian ini. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh kualitas produk, Harga, Lokasi terhadap keputusan pembelian, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dan penempatan produknya. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih responsif terhadap keinginan dan preferensi konsumen, sehingga meningkatkan daya saingnya di pasar.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang berharga bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik dalam bidang keputusan pembelian. Temuan dan metodologi yang dikemukakan dalam penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam atau penelitian yang menguji variabel-variabel yang lebih kompleks. Dengan demikian, penelitian ini dapat berkontribusi pada perkembangan dan pemahaman lebih lanjut dalam bidang studi perilaku konsumen.