BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor kuliner termasuk bidang usaha yang menunjukkan pertumbuhan pesat di Indonesia. Perkembangan pola hidup masyarakat yang semakin modern telah mengubah fungsi makanan, dari sekadar pemenuhan kebutuhan dasar menjadi bagian dari gaya hidup sekaligus sarana hiburan. Situasi tersebut menciptakan peluang yang luas bagi para pelaku bisnis kuliner untuk melakukan inovasi dan meningkatkan daya saing dalam menarik perhatian konsumen. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, setiap pelaku bisnis harus menyadari berbagai elemen yang memengaruhi pilihan konsumen dalam memperoleh produk yang tersedia.

Perkembangan usaha mie di kota Lhokseumawe dalam beberapa tahun terakhir semakin pesat. Berbagai jenis mie seperti Mie Aceh, Mie so, Pangsit, dan jenis Mie lainnya yang semakin beragam memberikan persaingan yang ketat di bidang bisnis kuliner. Hal ini terjadi karena beragamnya jenis hidangan mie dengan rasa, tekstur, dan harga yang menyesuaikan kualitas produk. Bisnis kuliner perlu memperhatikan beberapa faktor penting, seperti cita rasa yang disajikan dan kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas yang baik dan peningkatan mutu produk akan menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu pelayanan yang diberikan kepada konsumen saat pembelian juga sangat berpengaruh. Penetapan harga juga harus disesuaikan dengan situasi pasar dan persaingan yang semakin ketat, serta perkembangan permintaan yang terbatas.

Salah satu usaha Mie Aceh yang mampu bertahan dan bersaing di pasar adalah Mie Arang**.** Mie Arang merupakan produk original dari wilayah Kota Lhokseumawe yang sudah lama dikenal dan menjadi favorit Masyarakat lokal dan Aceh Utara, bahkan pembeli dari luar daerah datang untuk membeli Mie Arang yang dimasak dengan menggunakan arang kayu. Proses memasak dengan arang memberikan aroma dan rasa yang khas sehingga menjadikannya berbeda dari mie biasa. Jenis-jenis mie arang antara lain Mie rebus, Mie goreng, dan Mie basah. Usaha Mie Arang Syammah yang berdiri sejak tahun 2013 dan berlokasi di jalan Line pipa Simpang Leupe Kota Lhokseumawe, menjadi usaha Mie Arang yang relatif ramai dan populer. Pelanggan adalah kunci utama bagi keberhasilan bisnis. Semakin lama seorang pelanggan setia pada suatu perusahaan, semakin besar peluang keberhasilan perusahaan. Dari pelangganlah sumber pendapatan perusahaan berasal. Oleh karena itu persaingan usaha Mie Aceh modern yang memasak tanpa menggunakan arang menuntut pelaku usaha mie arang untuk mengikuti perubahan dan mengembangkan strategi agar mampu menarik minat pembeli secara maksimal. Kondisi ini menjadikan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan sebagai faktor utama yang perlu dioptimalkan untuk mempengaruhi Keputusan pembelian dalam menghadapi kompetitor.

Menurut Tjiptono (2014) , harga merupakan faktor penting yang menentukan permintaan pasar dan sangat diperhatikan konsumen dalam mengambil Keputusan pembelian. Menurut Lamb, Hair, dan Mcdaniel (2020) mereka mendefinisikan harga sebagai sesuatu yang diberikan dalam pertukaran untuk mendapatkan produk atau layanan. Ini tidak hanya melibatkan uang, tetapi juga

mencakup nilai non-finansial seperti waktu dan usahaa. Menurut Wibowo, A., & Fitriani, (2021) dalam artikel yang diterbitkan di *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, mereka mendefinisikan harga sebagai suatu nilai tukar yang diperlukan untuk memperoleh produk dan jasa, yang juga mencerminkan nilai yang diberikan oleh produk tersebut. Grewal dan Levy (2021) dalam jurnal "*price Perception and Customer Behavior"* di *Journal of Retailing* yang mendefinisikan harga sebagai persepsi konsumen terhadap nilai yang harus diberikan untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Harga tidak hanya mencerminkan biaya yang dikeluarkan tetapi juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi Keputusan pembelian berdasarkan pengalaman, kualitas dan konteks pasar. Dalam penelitian yang dilakukan Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sementara elemen lainnya menimbulkan biaya. Oleh karena itu, harga memiliki peran strategis dalam mempengaruhi persepsi konsumen dan Keputusan pembelian.

Harga turut memengaruhi cara konsumen menilai kualitas produk dan layanan yang diterima. Pada Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe, pelanggan merasakan kepuasan karena harga yang ditawarkan dinilai sesuai dengan harga pasar serta sebanding dengan kualitas mi yang mereka peroleh. Berdasarkan hasil pengamatan harga Mie biasa sebesar Rp10.000 sementara variasi menu seperti Mie telur dengan harga Rp14.000, Mie dengan tambahan tempe seharga Rp11.000, serta Mie instan yang ditetapkan pada kisaran harga yang sama, memberikan alternatif pilihan yang sesuai dengan preferensi dan daya beli pelanggan. Akibatnya, pelanggan lebih cenderung membeli mie dengan

tambahan topping. Selain itu,harga minuman yang relatif murah, yaitu berkisar antara Rp5.000 hingga Rp6.000, turut memperkuat persepsi nilai yang diterima konsumen. Penetapan harga tersebut mencerminkan strategi harga yang kompetitif dan selaras dengan harga pasaran, Dengan demikian, konsumen dapat menilai apakah harga yang dikeluarkan telah sepadan dengan nilai serta kualitas yang mereka peroleh.

Selain harga, kualitas produk juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen. kualitas produk merupakan faktor kunci yang menentukan nilai produk dalam persepsi konsumen (Kotler & Keller, 2016). Kualitas produk mencerminkan kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Pada Mie Arang Syammah, kualitas produk terlihat dari cita rasa yang khas, tekstur mie yang konsisten, serta komposisi bumbu yang dianggap sesuai oleh sebagian besar pelanggan. Pengolahan mie arang yang masih mempertahankan racikan tradisional membuat konsumen merasa mendapatkan pengalaman rasa unik dan berbeda dibandingkan produk sejenis. Ketika pelanggan menilai bahwa produk yang mereka terima memiliki kualitas yang sebanding atau bahkan melebihi ekspektasi, maka kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang akan meningkat.

Kualitas Produk yang baik akan berujung pada keputusan pembelian, karena konsumen puas atas produk tersebut yang selanjutnya akan membuat konsumen menjadi loyal terhadap produk tersebut pada Mie Arang Syammah Berdasarkan observasi awal, ditemukan bahwa pada salah satu menu tambahan, yaitu tempe, tingkat kematangannya belum konsisten sehingga berpotensi memengaruhi

persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Kondisi ini berpotensi menurunkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk secara keseluruhan. Itu yang menjadikan peneliti untuk meneliti apakah pengaruh kualitas produk yang diberikan pada Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe. Menurut Tjiptono (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang memengaruhi kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dengan kata lain, produk yaang berkualitas tinggi akan memberikan rasa puaskepada konsumen dan memotivasi mereka untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikannya kepada orang lain.

Selain itu, kualitas pelayanan menjadi unsur yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen (Putri & Santoso, 2022). Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen. Pelayanan yang baik akan menciptakan kenyamanan, rasa dihargai, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi utama yaitu tangibles (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Pada Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe beberapa pelayan dan staff pada Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe memiliki umur rata- rata tergolong masih muda, dikarenakan beberapa pelayan yang memiliki umur relatif muda, mereka masih kurang memahami tentang konteks dalam melakukan pelayanan yang baik, salah satunya adalah kehandalan yang

masih kurang dalam memberikan pelayanannya, diantaranya mereka masih tidak acuh pada pelanggan, dan dari beberapa pendapat para konsumen pelayan masih kurangnya pelayanan di Mie Arang Syammah.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, diketahui bahwa Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada berbagai jenis usaha kuliner, khususnya rumah makan dan restoran. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada rumah makan berskala umum atau restoran modern, sementara penelitian yang secara khusus mengkaji usaha kuliner lokal tradisional masih relatif terbatas. Kota Lhokseumawe mengalami pertumbuhan usaha kuliner yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Munculnya berbagai jenis usaha makanan, baik restoran modern maupun usaha kuliner berbasis UMKM, menyebabkan tingkat persaingan semakin tinggi. Kondisi ini menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu mempertahankan konsumen melalui penetapan harga yang kompetitif, peningkatan kualitas produk, serta pelayanan yang memuaskan.

Mie Arang Syammah merupakan usaha kuliner khas yang memiliki karakteristik unik, baik dari segi proses pengolahan yang masih menggunakan arang. Karakteristik tersebut berpotensi memengaruhi persepsi konsumen dalam menilai Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan, yang pada akhirnya berdampak pada Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji secara empiris pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe.

Berdasarkan observasi awal, fenomena yang terjadi pada usaha Mie Arang Syammah Simpang Leupe Kota Lhokseumawe menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, khususnya harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Harga yang ditetapkan dinilai relatif terjangkau dan sesuai dengan porsi yang diberikan, sehingga menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Namun demikian, dari sisi kualitas produk masih ditemukan beberapa menu yang kualitasnya belum optimal, seperti tingkat kematangan tempe yang belum yang belum merata, yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap cita rasa. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian konsumen lebih memilih menu mie dangan tambahan topping lain dibandingkan menu lainnya. Selain itu, kualitas pelayanan, terutama pada aspek kecepatan dan konsistensi pelayanan, turut memengaruhi kenyamanan konsumen dalam melakukan pembelian. Fenomena-fenomena tersebut menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Mie Arang Syammah. Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat perbedaan hasil penelitian sebelumnya serta keterbatasan penelitian pada usaha kuliner tradisional berbasis arang, sehingga penelitian ini penting dilakukan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara kuantitatif **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Mie Arang Syammah di Simpang Leupe kota Lhokseumawe.** Dengan hasil penelitian ini, diharapkan usaha mie arang syammah dapat mengetahui faktor-faktor yang paling berpengaruh sehingga dapat diterapkan strategi pemasaran yang tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mie Arang Syammah Di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe

4. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian dilakukan guna untuk memperoleh manfaat yang berguna bagi seluruh pihak yang bersangkutan. Manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis
   a. Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan konsep ilmu pengetahuan mengenai harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan Keputusan Pembelian.
   b. Sebagai referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang relevan dengan penelitian ini.
2. Manfaat praktis
   a. Sebagai bahan pertimbangan dan masukan kepada pedagang Mie Arang Syammah di Simpang Leupe Kota Lhokseumawe dalam mengelola usahanya.
   b. Sebagai bahan masukan kepada usaha-usaha kecil dalam meningkatkan keputusan Pembelian
   c. Setelah selesai penelitian ini dapat menambahkan pengalaman dan ilmu pengetahuan kepada peneliti tentang permasalahan yang diteliti.