

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Usaha pada bidang makanan atau kuliner terus mengalami perkembangan dalam hal inovasi produk. Oleh sebab itu, para pengusaha diharuskan untuk bisa menciptakan suatu produk yang inovatif serta berbeda dengan produk yang telah ada sehingga dapat melahirkan suatu rasa yang unik untuk menimbulkan ketertarikan konsumen akan produk yang dihasilkan. Untuk dapat menarik konsumen tidak hanya melakukan inovasi pada produknya saja akan tetapi para pengusaha juga harus melakukan promosi melalui sarana media sosial dengan memberikan suatu promo dan sejenisnya dengan tujuan untuk menarik minat konsumen (Inten Suryani & Lumban Batu, 2021)

Makanan merupakan kebutuhan primer yang diperlukan setiap saat serta dibutuhkan pengelolaan yang benar supaya bermanfaat bagi tubuh manusia. Melihat era sekarang ini dimana tren makanan di Indonesia, khususnya mie terus mengalami inovasi produk dan Kualitas, dengan adanya inovasi produk pada mie sehingga produk ini dapat di konsumsi oleh semua kalangan mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Mie yang terbuat dari bahan dasar tepung terigu ini bukan lagi menjadi kebutuhan pokok manusia namun juga menjadi tren serta gaya hidup bagi sebagian orang (Achsa, 2022). Olahan mie juga semakin banyak diminati ketika tren makanan bercita rasa ini semakin meningkat. Oleh karena itu, olahan mie dengan berbagai rasa mulai banyak

hadir di Indonesia. Salah satunya adalah Mie Gacoan dengan ciri khas rasa pedasnya, yang mana sudah banyak dikenal luas oleh masyarakat dan memiliki banyak cabang hampir di seluruh Indonesia.

Mie Gacoan merupakan brand image dari salah satu industri makanan mie pedas di Indonesia. Rasa unik serta pedas dari mie gacoan ini yang membuat mie tersebut diminati berbagai kalangan mulai dari anak-anak sampai orang dewasa, terutama dikalangan muda. Faktor lain yang dapat menarik minat konsumen dikarenakan tempat yang nyaman serta kekinian sehingga dapat menjadi tempat untuk berfoto bersama teman maupun keluarga. Mie gacoan Solo Baru yang berlokasi di jalan Jl.Ir. Soekarno kec. Sukoharjo kab. Sukoharjo merupakan salah satu cabang dari mie gacoan yang tersebar di seluruh Indonesia.

Mie gacoan solo baru memiliki produk mie yang memiliki variasi tingkatan pedas beragam dan berbagai menu dimsum. Dari uniknya nama varian menu yang disediakan oleh mie gacoan solo baru dapat menarik minat konsumen. Hal ini di dasari oleh gaya hidup konsumen terhadap tingginya permintaan akan produk mie gacoan cabang Solo Baru. Melihat gaya hidup masyarakat terhadap tingginya minat pada makanan mie disebabkan oleh beberapa hal seperti media sosial dan juga hadirnya aplikasi pemesanan makanan online. Gaya hidup masyarakat atau biasa disebut dengan tren di kalangan masyarakat benar-benar berpengaruh pada industri makanan. Media sosial juga menjadi salah satu faktor pendukung dalam adanya tren makanan di masyarakat. Melalui media sosial, masyarakat bisa mengetahui makanan atau

hal apa saja yang sedang menjadi tren dikalangan masyarakat. Dengan hadirnya fitur tersebut sangat mempermudah bagi pelanggan untuk memesan makanan yang diinginkan. Karena dengan teknologi yang berkembang saat ini, sudah banyak tempat makan yang menyediakan fitur pemesanan makanan dengan cara *online*.

Kebutuhan dan keinginan konsumen dapat di implementasikan melalui faktor keputusan pembelian suatu produk. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu gaya hidup, kualitas produk dan *brand image*. Keputusan pembelian ialah langkah atau tahap awal dalam menentukan pengambilan suatu keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan pembelian. Dalam hal ini keputusan pembelian makanan mie gacoan merupakan pertimbangan untuk menjadikan pilihan utama di antara merek mie lainnya, dikarenakan guna memperoleh kualitas produk yang baik dan juga kepraktisan dalam penyajian makanan (Parwanto Wasito Jati et al, 2022)

Berdasarkan citra mie gacoan yang memiliki kualitas produk yang baik membuat masyarakat percaya terhadap mie gacoan. Tak lupa faktor lain seperti harga yang terjangkau bagi semua kalangan serta makanan dan minuman yang bervariasi dapat menarik konsumen untuk mencoba semua menu (Achsa, 2022). Perihal ini didasari oleh terus meningkatnya konsumen mie gacoan cabang Solo Baru setiap harinya. Dapat diambil kesimpulan bahwa Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image* dan *Product Quality* bisa mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian pada produk mie gacoan solo baru. Dari penelitian

tersebut menunjukkan bahwa semakin besar *brand image* maka semakin tinggi pula keputusan pembelian terhadap suatu produk.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut.

1. Apakah *Product quality* berpengaruh terhadap *Brand Image*?
2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap *Brand Image* ?
3. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ?
4. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ?
5. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ?
6. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* sebagai variabel intervening?
7. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* sebagai variable intervening ?

## **C. Tujuan Masalah**

1. Untuk menganalisis *Product quality* berpengaruh terhadap *Brand Image*
2. Untuk menganalisis Gaya Hidup berpengaruh terhadap *Brand Image*
3. Untuk menganalisis *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
4. Untuk menganalisis *Product Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
5. Untuk menganalisis Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

6. Untuk menganalisis *Product Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* sebagai variabel intervening
7. Untuk menganalisis Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* sebagai variable intervening

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana menambah wawasan bagi aktivitas kampus dan juga bahan referensi mahasiswa yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

##### 2. Bagi mie gacoan Solo Baru

Semoga penelitian yang dilakukan peneliti dapat dijadikan referensi dan masukan bagi mie gacoan Solo Baru untuk meningkatkan kualitas produk dan kepuasan konsumen.

#### **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulisan dalam penelitian ini memiliki 5 bab dan juga memiliki sistematika sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Penulisan penelitian pada bab II ini menjelaskan tentang kumpulan teori dari para pakar ahli berdasarkan kutipan jurnal ilmiah, dan

buku selain teori juga terdapat penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab III membahas tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, desain pengambilan sampel, dan metode analisis data

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV membahas hasil penelitian dengan analisis data dan pembahasan. Pembahasan meliputi karakteristik responden, analisis data dan pembahasan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab V berisis kesimpulan dari hasil penelitian, saran yang perlu dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya dan keterbatasan dari penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**