

# BAB 1

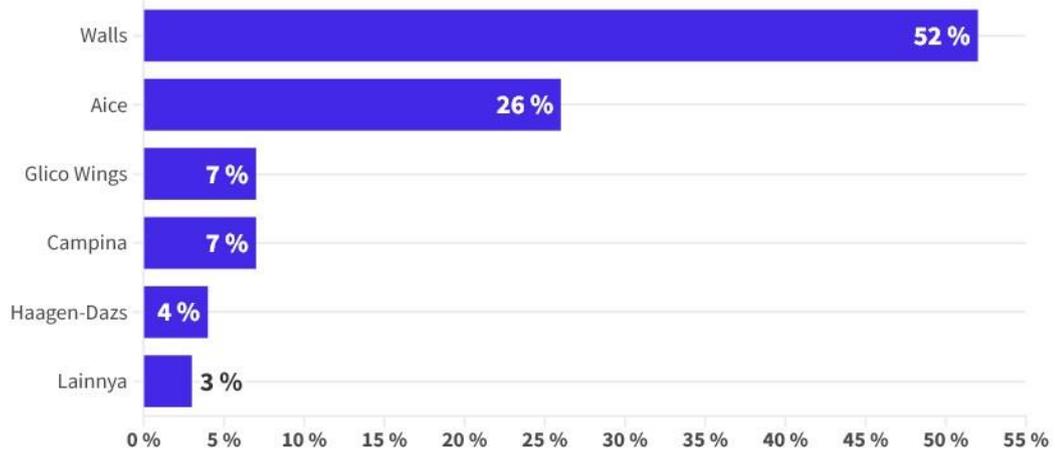
## PENDAHULUAN

### 1 Latar belakang

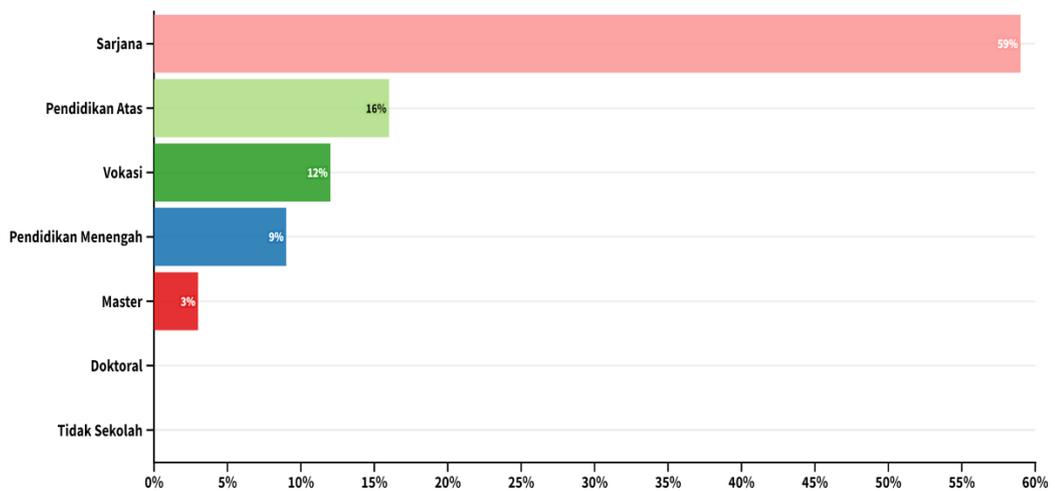
Perkembangan dunia perekonomian saat ini dihadapkan pada beberapa tantangan diantaranya yaitu inflasi yang tinggi, kestabilan politik setelah pemilu, dan kenaikan suku bunga serta perang Rusia-Ukraina. Hal tersebut menyebabkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami perlambatan, akan tetapi ditengah berbagai tantangan yang ada perekonomian Indonesia tetap menunjukkan ketahanan pertumbuhan yang signifikan sekitar 5,0% pada tahun 2024 menurut (Sipayung, 2024).

Menurut Gabungan Produsen Makanan dan Minuman (GAPMMI) dalam Islamiati (2023) pertumbuhan kinerja industri makanan dan minuman di Indonesia meningkat sekitar 7 hingga 10% pada 2024 yang bertepatan dengan tahun politik, apabila dibandingkan dengan kinerja industri makanan dan minuman pada tahun 2021 sebesar 2,54%, pada tahun 2022 sebesar 4,9%, dan pada tahun 2023 kuartal I sebesar 5,3%. Dengan meningkatnya pertumbuhan sektor pangan atau sering disebut *Food and Beverage* (F&B) di Indonesia. *Food and Beverage* adalah sebuah perusahaan yang berfokus pada penyediaan produk-produk makanan dan minuman yang berkualitas, inovatif, dan menarik konsumen. Salah satunya pada industri es krim yang berusaha menawarkan berbagai varian rasa dan kualitas yang baik yang menyebabkan persaingan yang ketat membuat Wall's ikut andil dalam bersaing untuk menarik dan memenuhi kebutuhan konsumennya. Berikut adalah *top brand* es krim pilihan anak muda Indonesia pada tahun 2023:

### Top Brand Es Krim Pilihan Anak Muda Indonesia (persen) Tahun 2023



Gambar 1. Top Brand Es Krim Di Indonesia



Gambar 2. Pecinta Es Krim

Sumber: (Ridwan, 2024)

Berdasarkan grafik diatas dalam Ridwan (2024) menunjukkan bahwa Wall's merupakan merek es krim favorit masyarakat Indonesia khususnya anak muda dengan presentase sebesar 52% di tahun 2023. Es krim Wall's memiliki kualitas

rasa yang khas dan konsisten, selalu melakukan inovasi rasa dan varian, dan menggunakan distribusi yang luas untuk memasarkan produknya. Hal tersebut diyakini bahwa Wall's merupakan merek yang lebih favorit bagi masyarakat Indonesia, karena Wall's juga mendominasi *market* es krim pilihan anak muda. Alasan-alasan diatas menjadi bukti bahwa minat beli masyarakat terhadap es krim Wall's sangat tinggi.

Minat beli adalah suatu perilaku konsumen yang muncul apabila tertarik terhadap suatu produk, baik karena desain, harga, maupun kualitas yang ditawarkan. Ketertarikan ini dapat menyebabkan minat seseorang untuk akhirnya melakukan pembelian (Kotler & Keller, 2019).

Desain produk merupakan sebuah totalitas fitur-fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen yang menggunakan produk tersebut. Dengan suatu produk menggunakan desain yang baik bagi perusahaan akan merujuk pada kemudahan dalam pembuatan dan distribusinya, sedangkan menurut konsumen dengan adanya desain yang baik, maka produk akan terlihat lebih rapih dan indah untuk dilihat, digunakan, diperbaiki, dan dipasang (Kotler, & Keller, 2019).

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa yang ditukarkan untuk mendapatkan suatu manfaat, kepemilikan, dan penggunaan suatu produk atau jasa yang diinginkan. Penentuan harga mempertimbangkan berbagai hal, oleh karena itu harga menjadi

elemen yang penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen (Kotler, & Amstrong, 2019).

Kualitas produk merupakan suatu tingkatan mutu sebuah produk yang diharapkan dan dikendalikan keragamannya untuk menciptakan sebuah produk yang bermutu tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumennya. Dengan produk memiliki kualitas yang tinggi, maka menciptakan produk yang andal dan memberikan kepuasan kepada para konsumen (Tjiptono, 2019).

Berdasarkan research gap yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian, terdapat beberapa perbedaan dari penelitian-penelitian terdahulu dengan variabel terkait yaitu desain produk, harga, dan kualitas produk. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Noor (2018) dan Indriani & Bambang Sumantri (2021) mengemukakan bahwa desain produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Naim dkk (2024) yang mengemukakan bahwa desain produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *ice cream* Joyday di kota Semarang.

Penelitian yang dilakukan oleh Cahyani dkk (2023), Solikhah (2019) dan Sanjani & Kuwat (2022) mengemukakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kasih dkk (2023) mengemukakan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Mixue.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2023), Rifzqi & Cyasmoro (2023) mengemukakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap

minat beli. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Febriyanti dkk (2024) mengemukakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Mixue di Kabupaten Sumenep.

Dari pemaparan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk menulis dan melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ES KRIM WALL’S PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA”**

## **2 Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka berikut beberapa rumusan masalah yang akan menjadi fokus penelitian, diantaranya yaitu:

1. Apakah desain produk berpengaruh terhadap minat beli es krim Wall’s pada mahasiswa di Yogyakarta?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli es krim Wall’s pada mahasiswa di Yogyakarta?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli es krim Wall’s pada mahasiswa di Yogyakarta?

### **3 Batasan masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada variabel yang diteliti yaitu:
  - 1.1 Variabel independen: Desain produk, Harga dan Kualitas produk
  - 1.2 Variabel dependen yaitu: Minat Beli
2. Responden yang diteliti adalah mahasiswa yang berminat membeli es krim Wall's dan berada di Yogyakarta.
3. Penelitian dilakukan pada bulan Juni tahun 2024.

### **4 Tujuan penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang muncul, maka tujuan dari penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh desain produk terhadap minat beli es krim Wall's pada mahasiswa di Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli es krim Wall's pada mahasiswa di Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli es krim Wall's pada mahasiswa di Yogyakarta.

### **5 Manfaat penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait, diantaranya yaitu:

1. Bagi peneliti

- a. Untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam rangka penerapan teori-teori yang didapatkan di bangku perkuliahan khususnya dalam bidang pemasaran.
  - b. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat kemampuan peneliti dalam meneliti sebuah masalah yang terjadi
2. Bagi PT Unilever Tbk
- a. Untuk memberi kontribusi bagi karyawan perusahaan agar dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih baik
  - b. Untuk memahami apa saja yang mempengaruhi minat beli dan dapat dijadikan data tambahan
3. Bagi STIM YKPN Yogyakarta
- a. Untuk bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang dikaji peneliti
  - b. Untuk memberikan informasi yang dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya