

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Salah satu sektor industri yang sedang berkembang adalah mie instan, bertambahnya aktivitas dan kesibukan masyarakat menyebabkan masyarakat membutuhkan suatu produk yang dapat disajikan dengan praktis dan instan sehingga mudah untuk mengkonsumsinya. Salah satu perusahaan dalam bisnis mie instan adalah Wings Food, dengan menghasilkan produk mie instan berlabel “Mie Sedaap”. Wings Food lalu meluncurkan produk Mie Sedaap pada akhir tahun 2003. Tetapi banyak persaingan antar mie instan yang begitu tajam serta peluang pasar yang masih luas, banyak perusahaan berusaha menciptakan produk mie instan dengan berbagai kelebihan produk yang ditawarkan, baik dalam hal penetapan harga yang sesuai maupun keinovasian produk yang menarik sehingga para konsumen mudah mengenali produk yang mereka inginkan dan menentukan keputusan pembelian pada produk tersebut.

Menurut Schiffman, Kanuk (2006) keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Berdasarkan definisi tersebut maka perusahaan wings food meluncurkan produk mie sedaap sesuai dengan selera konsumen, selain dari kualitas yang baik juga ada faktor lain yang sangat berperan penting yaitu faktor harga dan kemasan. Dalam hal ini peranan harga sangatlah menentukan potensi pasar yang akan di tuju, karna strategi penetapan harga yang di tetapkan oleh produk sejenis dapat menyebabkan konsumen enggan membeli

produk yang di tawarkan. Tidak hanya itu setiap konsumen yang membeli produk akan memahami semua manfaat dan kegunaan produk tersebut, kemudian konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk mie Sedaap dan konsumen memberikan rekomendasi kepada konsumen lain. Begitu halnya pada faktor kemasan, karna kemasan yang menarik juga mempunyai faktor penting yang harus di perhatikan oleh perusahaan mie sedaap.

Kemasan menurut Swatha mengartikan (2005:139) pembungkusan (packaging) adalah kegiatan-kegiatan umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang. Oleh karna itu perusahaan mie sedaap haruslah memperhatikan kemasan produk yang mereka tampilkan, karna tampilan pada suatu produk akan mampu mempengaruhi konsumen dalam membeli produk tersebut. Berdasarkan hal inilah Perusahaan mie sedaap harus menampilkan kemasan yang lebih menarik dengan desain dan warna yang sesuai dengan selera konsumen agar dapat kemudahan dalam penggunaannya sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Menurut Harini (2008: 55) “Harga adalah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Jadi perusahaan mie sedaap juga harus memperhatikan harga dimana harga juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen perusahaan mie sedaap harus membuat keterjangkauan harga dan harga yang sesuai dengan kualitas mie Sedaap agar dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen

Tetapi seiring berjalannya waktu di dunia bisnis saat ini, menyebabkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap mie sedaap menurun hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan terlalu tinggi sehingga tidak bisa bersaing dengan produk yang sejenis. Selain itu kurangnya upaya perusahaan untuk berinovasi terhadap tampilan kemasan agar kemasan lebih menarik dengan desain dan warna yang sesuai menyebabkan konsumen memilih produk lain. Oleh karena itu tugas dari perusahaan adalah memenuhi keinginan konsumen guna menarik konsumen untuk membeli produk yang mereka tawarkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : “ **Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap (Studi Kasus Kelurahan Cinta Damai Medan Helvetia)**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang yang dikemukakan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kemasan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap di Kelurahan Cinta Damai Medan Helvetia ?
2. Apakah kemasan dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap di Kelurahan Cinta Damai Medan Helvetia ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kemasan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap di Kelurahan Cinta Damai Medan Helvetia.
2. Untuk mengetahui apakah kemasan dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap di Kelurahan Cinta Damai Medan Helvetia.

### **D. Manfaat Penelitaan**

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan agar memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis, menambah wawasan dan pengetahuan terutama mengenai kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap.
2. Peneliti lain, Sebagai bahan referensi tambahan bagi yang tertarik di bidang manajemen pemasaran dan melakukan penelitian lebih lanjut tentang masalah yang sama di masa yang akan datang.
3. Bagi Konsumen, penelitian diharapkan menjadi masukan dan pertimbangan yang terkait dalam menganalisis kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap.