

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan di era globalisasi ini sangat memberikan banyak perubahan bagi kehidupan masyarakat. Keadaan ini memberikan dampak bagi semua pihak terutama pada lingkungan dunia bisnis. Pada persaingan yang semakin ketat, setiap perusahaan memiliki tuntutan untuk lebih berusaha dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan cara memfokuskan pada konsumen, yaitu bagaimana perusahaan memproduksi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Konsumen saat ini sangat dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup. Perubahan yang terjadi pada saat ini adalah digemarinya makanan pengganti nasi antara lain adalah produk mie. Popularitas mie dari dulu tidak pernah menurun, bahkan hampir setara dengan nasi. Apalagi banyak sekali saat ini kreasi masakan mie, salah satunya mie pedas. Kekenyalan mie yang dipadukan dengan rahasia bumbu pedas membuat pecinta makanan pedas tertarik. Mie Gacoan salah satu kuliner pedas yang bergerak dibidang makanan dengan produknya berupa mie.

Rata-rata pelanggan pada Mie Gacoan tersebut adalah para remaja yang berstatus pelajar dan mahasiswa. Mie Gacoan adalah anak perusahaan PT. Pesta Pora Abadi Malang yang bergerak dibidang *food and beverage*. Perusahaannya PT. Pesta Pora Abadi ini sudah memiliki banyak cabang

diantaranya Malang, Madiun, Kediri, Mojokerto, Tulungagung, Pasuruan, Jombang, Solo, Yogyakarta, Ponorogo, Blitar, Bali, Ngawi, dan Bandung (WebApps, 2021). Perusahaan kuliner tersebut dapat berkembang pesat dengan cabang yang menyebar di berbagai kota besar dan memiliki banyak pelanggan. Sedangkan untuk cabang di Jombang Mie Gacoan berlokasi di Komplek Ruko The Eighteen, Jl. KH. A. Dahlan No.18, Jombang, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur.

Munculnya beberapa pesaing bisnis kuliner mie bedas berlevel membuat tiap-tiap pelaku usaha dituntut untuk peka di setiap perubahan yang terjadi disekitarnya. Menurut (Kolter, 2005) Setiap pelaku usaha di tiap-tiap kategori usaha dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi terhadap kepuasan pelanggan sebagai tujuan yang utama. Di bawah ini ada beberapa daftar mie pedas di kota Jombang yang memiliki penilaian tertinggi.

Tabel 1.1
Daftar Kuliner Mie Pedas di Jombang

No	Kuliner Mie Pedas
1.	Mie Gacoan
2.	Mie Djoedes
3.	Mie Djoetek
4.	Mie Endes
5.	Mie Jontor
6.	Mie Hitam Manis

Sumber : Kuliner mie pedas jombang.com

Berdasarkan Tabel 1.1 daftar kuliner mie pedas di jombang dapat diketahui bahwa tingkat persaingan bisnis kuliner mie pedas di kota Jombang cukup tinggi.

Untuk mempertahankan pangsa pasar Mie Gacoan tetap stabil dan terus meningkat, pihak pengelola Mie Gacoan harus mampu menerapkan strategi yang tepat, dan bagaimana perusahaan juga harus mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen saat ini.

Word of mouth adalah kegiatan dimana para individu saling menukar informasi, khususnya tentang hal-hal yang bagus sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Komunikasi dari mulut ke mulut menyebar melalui jaringan bisnis, sosial dan masyarakat yang dianggap sangat berpengaruh (Hasan, 2010). (Sumardy, 2011), *Word Of Mouth* adalah tindakan penyediaan informasi oleh seorang konsumen kepada konsumen lainnya. Bagaimana strategi pemasaran *Word Of Mouth* mempunyai pengaruh besar kepada seseorang, oleh sebab itu informasi yang dianggap nyata dan jujur cenderung mempunyai pengalaman terhadap produk maupun tempat yang mereka dengar dari kerabat atau orang terdekat dibandingkan informasi dari iklan.

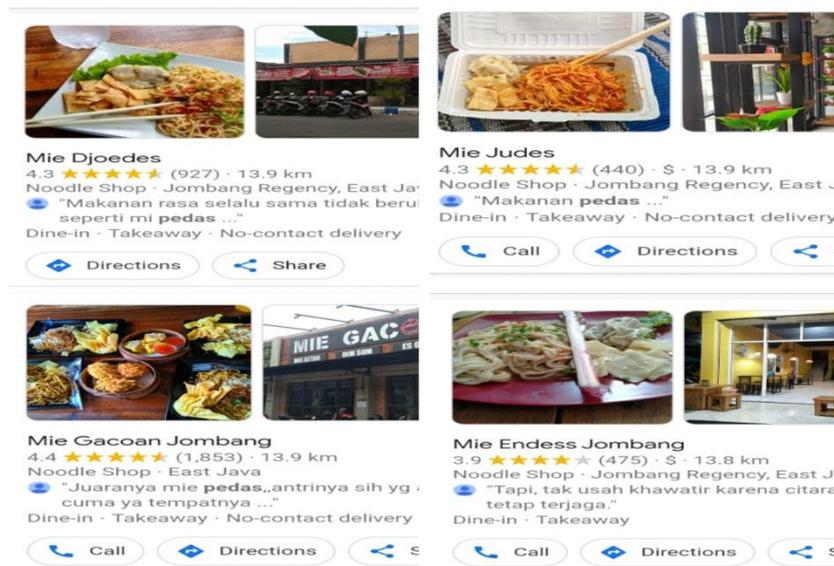
Penelitian yang dilakukan Onbee Marketing Research bekerjasama dengan majalah (SWA, 2009) membuktikan bahwa tingkat *WOM* Conversation menceritakan kembali kepada orang lain sebesar 85% dan menjadikan *WOM* sebagai sumber informasi untuk mengubah keputusan sebesar 67%, Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen Indonesia cenderung mempercayai rekomendasi dari mulut ke mulut. Pada sebuah penelitian Caston (Dkumala, 2012) menyatakan konsumen Indonesia cenderung berciri sosial, senang berkumpul, dan membuat kelompok. Seperti kebiasaan arisan dan ngrumpi, oleh sebab itu sebuah isu atau gosip akan cepat tersebar dengan kebiasaan ini.

Setiap bidang usaha harus mempunyai strategi untuk tetap mempunyai strategi bersaing, seperti menciptakan keunikan produk dan berinovasi baru agar produk yang mereka ciptakan memiliki daya tarik tersendiri yang tidak dimiliki pesaing. Keunikan produk mempunyai nilai tambah tersendiri sehingga membuat produk tampil beda dibandingkan dengan pesaing lain. Menurut Cooper (2000), keunikan produk pada dasarnya berasal dari riset untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang melibatkan inovasi serta teknologi yang tinggi, dengan teknologi yang tinggi perusahaan akan mampu memunculkan inovasi disetiap produk barunya. Keunikan yang tidak dimiliki oleh produk maupun jasa lain merupakan suatu hal yang akan memancing rasa ingin tahu konsumen. Rasa ingin tahu tersebut akan membuat para konsumen tertarik lebih dalam dengan produk atau jasa mereka sehingga akan melakukan keputusan pembelian. Hal lain yang menjadi faktor keputusan pembelian konsumen adalah servis yang diberikan pihak restoran kepada para konsumen. Dengan memberikan pelayanan *Delivery order* memberikan kemudahan pemesanan bagi konsumen sehingga konsumen akan melakukan pembelian.

Mie Gacoan memiliki keunikan tersendiri dalam produknya, yaitu mempunyai variasi menu makanan dan minuman yang khas. Ciri khas menu makanan yang ditawarkan adalah Mie Angel, Mie Setan dan Mie Iblis untuk level kepedasan bisa pilih mulai level nol hingga delapan. Sedangkan untuk menu minuman yang ditawarkan yaitu, Es Genderuwo, Es Tuyul, Es Pocong, Es Kuntilanak, dan Es Sundel Bolong, mereka juga menawarkan jenis Dimsum yang cocok untuk teman makan mie seperti, Pangsit Goreng, Siomay, Udang Keju, Udang Rambutan,

Lumpia Udang, Ceker, dan Kaicak. Sehingga para konsumen pecinta kuliner pedas akan tertarik dan mencoba keunikan produk yang dimiliki Mie Gacoan.

Perkembangan usaha mie gacoan mengalami peningkatan hal ini bisa dilihat dari rating yang didapatkan, bagaimana mie gacoan mempunyai rating yang lebih unggul dengan rating yang lebih unggul dari pesaingnya membuat minat beli konsumen lebih tinggi. Berikut ini rating yang didapatkan dari beberapa mie pedas.



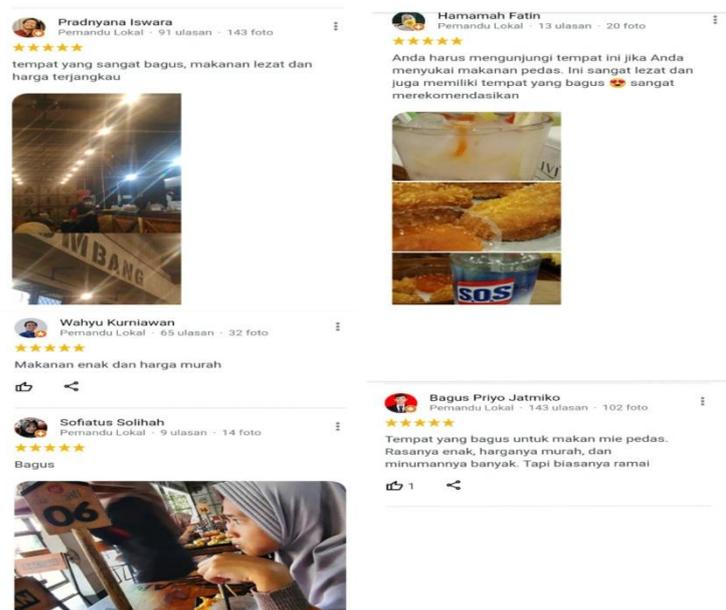
Gambar 1.1

Rating Mie Pedas di kota Jombang.

Sumber : www.google.com

Dari gambar 1.1 dapat diketahui bahwa Mie Gacoan lebih unggul dari beberapa mie lainnya, hal ini dilihat dari konsumen yang terus berdatangan serta melakukan pembelian berulang dan adanya rekomendasi dari seseorang yang menceritakan informasi mengenai produk Mie Gacoan kepada orang lain, sehingga timbulnya minat beli pada konsumen setelah mendapatkan informasi

mengenai produk Mie Gacoan di kota Jombang. Mie Gacoan mendapatkan respon sangat positif dari konsumen sehingga konsumen tidak meragukan mengenai produk Mie Gacoan, selain itu konsumen merasa puas setelah melakukan keputusan pembelian pada Mie Gacoan. Berikut ini review dari beberapa konsumen.



Gambar 1.2
Review Mie Gacoan di Jombang
Sumber : www.google.com

Dari gambar 1.2 dapat diketahui bahwa mie gacoan mempunyai respon positif dari beberapa konsumen. Fenomena tersebut terjadi karena adanya penyampaian pesan yang positif mengenai produk Mie Gacoan tersebut, selain melihat hal-hal mengenai komunikasi *word of mouth*, suatu usaha harus memperhatikan pengaruh-pengaruh apa saja yang menimbulkan seseorang untuk melakukan minat pembelian pada Mie Gacoan tersebut.

Pengertian keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler, 2001). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh *Word Of Mouth* (WOM) dan Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Gacoan Jombang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Gacoan Jombang ?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Gacoan Jombang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Gacoan Jombang.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Keunikan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Gacoan Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan adanya manfaat bagi pihak diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai dasar penyusunan penelitian ini agar dapat memperoleh data yang akurat. Dalam jangka panjang hasil riset ini diharapkan dapat meningkatkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran dan menjadi refrensi untuk penelitian pemasaran lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai acuan bagi pengusaha Mie Gacoan khususnya dalam hubungannya dengan *Word Of Mouth*, Keunikan Produk dan Keputusan Pembelian.