

BAB I

PENDAHULUAN

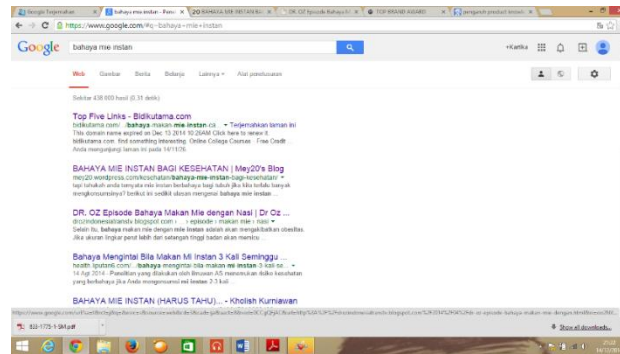
1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi variasi produk makanan sebagai kebutuhan pokok yang ada di Indonesia terus berkembang. Makanan-makanan substitusi pun mulai bermunculan. Mie instan adalah salah satu produk makanan pengganti yang cukup diminati di Indonesia. Argumen ini diperkuat dengan fakta yakni dinobatkannya Indonesia sebagai konsumen mie instan terbesar kedua di dunia¹. Hal ini juga dibuktikan dengan penjualam mie instan di Indonesia yang mencapai 100 miliar bungkus pertahun².

Keberadaan mie instan sebagai makanan pengganti favorit di Indonesia ini juga membawa dampak negatif bagi masyarakat. Pasalnya Mie Instan membawa pengaruh yang buruk terhadap kesehatan. Berdasarkan pencarian melalui situs www.google.com dengan kata kunci bahaya mie instan muncul 438.000 artikel terkait hal tersebut.

¹ *Indonesia Konsumen Mie Instan Terbesar Kedua Di Dunia*. 2013.
http://www.bbc.co.uk/indonesia/majalah/2013/04/130426_bisnis_mie_instan (diakses tanggal 17 november 2014)

² *Penjualan Mie Instan Tembus 100 Milyar Bungkus Pertahun*. 2013.
<http://www.radioaustralia.net.au/indonesian/2013-04-27/penjualan-mie-instan-tembus-100-milyar-bungkus-setahun/1122462> (diakses 17 november 2014).



Gambar I.1

Pencarian artikel dengan kata kunci bahaya mie instan

Sumber : www.google.com

Salah satu artikel mengatakan bahwa mengkonsumsi mie instan dalam intensitas yang besar dapat menimbulkan berbagai macam gangguan kesehatan. Mengapa demikian? Salah satunya adalah karena adanya kandungan MSG (*Monosodium Glutamat*) pada mie instan, dimana seringnya mengkonsumsi MSG akan menyebabkan gangguan pada jaringan otak, alergi dan bahkan bisa menyebabkan kanker. Selain itu dalam mie instan juga mengandung zat pengawet yang juga akan menyebabkan gangguan kesehatan serupa yang bahkan bisa mengantarkan kita lebih dekat pada kematian.

Melihat begitu banyaknya bahaya yang ditimbulkan oleh mie instan tidak lantas mematikan produksi mie instan itu sendiri. Justru industri mie instan di Indonesia berkembang semakin maju. Perkembangan produksi mie instan di Indonesia memperlihatkan suatu peningkatan yang positif, walaupun pada tahun 2006 sempat mengalami suatu penurunan produksi. Secara kuantitas, produksi

mie instan dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dengan tren yang positif³.hal tersebut mungkin sejalan dengan citra merek dan kualitas produk yang ditimbulkan oleh mie instant itu sendiri. Sebagai objek penelitian, peneliti akan meneliti Mie Sedaap dan akan melakukan perbandingan dengan Indomie sebagai mie instan terbesar di Indonesia menurut TOP BRAND AWARDS 2014⁴. Dalam website perusahaannya Mie Sedaap menanamkan citranya sebagai mie instant dengan kualitas terbaik⁵

Dari fenomena tersebutlah peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai faktor lain yang menyebabkan seorang konsumen membeli produk mie instan. Apakah benar kualitas produk dan citra merek adalah salah satu hal yang mempengaruhi keputusan pembelian produk mie instan.

Tabel I.1
Top Brand Mie Instan 2013 & 2014

MIE INSTAN DALAM KEMASAN BAG 2013		
Merek	TBI	TOP
Indomie	80,6%	TOP
Mi Sedaap	13,5%	TOP
Supermi	2,1%	

³ Eko F. Anggriawan, *Perkembangan Produksi Mie Instan Di Indonesia*, 2012, <https://www.scribd.com/doc/111355416/Perkembangan-Produksi-Mie-Instan-Di-Indonesia-Memperlihatkan-Suatu-Peningkatan-Yang-Positif#download> (diakses 17 november 2014)

⁴ *Top Brand Award Index 2014*, 2014, http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014, (diakses tanggal 25 November 2014)

⁵ Mie Sedaap, http://www.wingscorp.com/content/product/product_detail.php?c=22&l=2&m=63, (diakses 3 Juni 2014)

Sarimi	1,2%	
ABC	0,6%	
Gaga 100	0,5%	

MIE INSTAN DALAM KEMASAN BAG 2014		
Merek	TBI	TOP
Indomie	75,9%	TOP
Mi Sedaap	14,4%	TOP
Supermi	2,8%	
Sarimi	2,2%	

Sumber : Top Brand Awards 2013 dan 2014

Penelitian yang dilakukan berjudul **Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan.**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari rumusan masalah diatas peneliti menarik beberapa pokok permasalahan yakni faktor-faktor yang menyebabkan seorang konsumen untuk menentukan keputusan pembelian produk mie instan yang menyebabkan semakin tingginya penjualan produk mie instan di Indonesia, ditengah issue mengenai bahaya produk mie instan.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam penelitian ini penulis membatasinya pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

- a. Pengaruh *Brand Imterhadap Purchase Decision*
- b. Pengaruh *Product Quality* terhadap *Purcgase Decision*
- c. Pengaruh *Brand Image* dan *Product Quality* terhadap *Purchase Decision*

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Apakah ada pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian ?
- b. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ?
- c. Apakah ada pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

1.5 Kegunaan Penelitian

2. Bagi Penulis

Bagi penulis penelitian ini berguna sebagai salah satu media untuk menambah pengetahuan dibidangnya manajemen pemasaran, khususnya berkaitan dengan citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi perusahaan yang memproduksi mie instan dalam hal ini khususnya PT. Indofood dan PT. Wings. Sehingga mereka bisa lebih mengetahui dasar-dasar dari konsumen menentukan keputusan pembelian produk mie instan, sehingga perusahaan dapat lebih memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian sejenis, terutama tentang gambaran yang lebih jelas tentang

pengaruh citra merek (*brand image*), kualitas produk (*product quality*) terhadap keputusan pembelian (*purchase decision*) produk mie Instan Mie sedaap dan Indomie.