

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi dalam menjaga keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia yang paling dasar adalah kebutuhan pokok yang mencakup kebutuhan pangan, sandang dan papan. Kebutuhan akan pangan merupakan hal yang sangat penting dikarenakan manusia tidak dapat hidup tanpa mengkonsumsi makanan.

Dalam memenuhi kebutuhan makanan tentunya Gaya Hidup dapat mempengaruhi masyarakat dalam membeli dan mengkonsumsi suatu produk, Meningkatnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk yang aman bagi kesehatan menjadikan masyarakat lebih selektif dalam membeli produk untuk dikonsumsi. Gaya Hidup masyarakat mengikuti perubahan zaman yang megacu dan bergerak pada modernitas. Menurut Kotler dalam Astuti & Hasbi (2020:129) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya sehingga menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

Maraknya trend Hidup sehat sekarang ini mempengaruhi pola konsumsi di beberapa kalangan masyarakat. Gaya Hidup sehat dapat dilakukan dengan hidup yang seimbang, olahraga, dan mengkonsumsi makanan sehat organik. Keputusan mengkonsumsi makanan sehat organik menjadi salah satu pilihan Gaya Hidup sehat yang paling mudah untuk

diterapkan. Menurut Chen (Sukmawati dan Ekasasi, 2020), Gaya hidup sehat merupakan perilaku individu yang berhubungan dengan kesehatan, yang diukur menggunakan indikator konsumsi makanan organik, perawatan kesehatan, dan keseimbangan kehidupan. Hal ini juga dikuatkan dengan hasil penelitian tersebut bahwa kesadaran kesehatan dan sikap lingkungan mempengaruhi sikap konsumen terhadap makanan organik melalui Gaya hidup sehatnya. Gaya hidup sehat sangat penting saat ini, karena berbagai macam penyakit berasal dari makanan yang dikonsumsi.

Mie instan merupakan produk makanan cepat saji yang sangat digemari masyarakat karena kemudahannya dalam hal penyajian, harganya yang murah dan tersedia dimana – mana. Mie instan semakin populer akibat munculnya berbagai varian rasa dan cara memasaknya di pasaran. Begitu banyak masyarakat yang mengkreasikan mie instan menjadi beragam sajian yang unik, enak, dan menarik. Menurut data *World Instant Noodles Association (WINA)* tahun 2017-2021 menyatakan bahwa Indonesia berada pada urutan kedua sebagai negara dengan konsumsi mie instan terbanyak di dunia.

Tabel 1.1
Global Demand For Instant Noodles (2017-2021)

No	Negara	2017	2018	2019	2020	2021
1	China&Hongkong	38,960	40,250	41,450	46,360	43,990
2	Indonesia	12,620	12,540	12,520	12,640	13,270
3	Vietnam	5,060	5,200	5,440	7,030	8,560
4	India	5,420	6,060	6,730	6,730	7,560
5	Jepang	5,660	5,780	5,970	5,970	5,850

Sumber : *Word Instan Noodle Asosiation (WINA)*

Berdasarkan tabel 1.1 tingkat konsumsi mie instan Indonesia mengalami peningkatan sebesar 4,98% di tahun 2021 yang mencapai 12,640 milyar bungkus. Salah satu faktor meningkatnya konsumsi mie instan disebabkan oleh Pembatasan kegiatan sosial masyarakat saat pandemi *Covid-19*. Adanya pandemi *Covid-19* yang terjadi selama 2 tahun lalu menjadikan mie instan sebagai alternatif stok makanan di rumah. Selain itu, bantuan sosial di masa pandemi juga sebagian dalam bentuk mie instan hal ini membuat konsumsi mie instan pada tahun lalu meningkat (databoks.katadata.co.id). Namun, mie instan dikenal sebagai produk makanan dengan kandungan nutrisi yang rendah dengan jumlah kalori yang tergolong sangat tinggi sehingga tidak baik apabila dikonsumsi terlalu sering. Kandungan sodium dan MSG dalam mie instan juga tergolong tinggi (Puspita,2020). Mengonsumsi mie instan secara tidak bijak akan berakibat pada meningkatnya berat badan yang pada akhirnya akan mempengaruhi Indeks Massa Tubuh (IMT). Adapun obesitas yang terjadi karena IMT di atas 27,0, akan berdampak pula pada masalah kesehatan lainnya, baik fisik maupun mental. Oleh sebab itu, mengonsumsi makanan sehat merupakan suatu kebutuhan yang perlu dipenuhi dalam menunjang Gaya Hidup sehat dan menciptakan keseimbangan hidup manusia.

Konsumsi mie instan yang cukup besar, menyebabkan persaingan perusahaan mie instan semakin berkembang. Terbukti dengan adanya berbagai merek dipasaran. Merek yang masuk harus mempunyai perbedaan

dan mampu menciptakan Kepercayaan Konsumen pada produk tertentu. Oleh karena itu faktor lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Kepercayaan Konsumen.

Tabel 1.2
Daftar 6 Brand Produk Mie Instan Sehat Terbaik
Tahun 2022 di Indonesia

Peringkat	Nama Produk
1	Lemonilo
2	Alamie
3	Ladang Lima
4	Fit Mee
5	Healtimie
6	Tropicana Slim

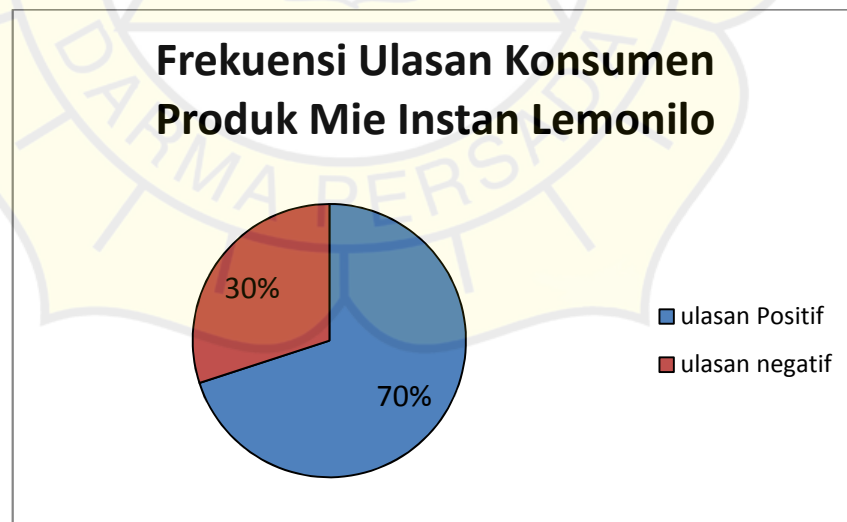
Sumber : Selera.id

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa produk mie instan Lemonilo masuk dalam peringkat pertama dalam daftar 6 brand produk Mie Instan Sehat Terbaik tahun 2022 di Indonesia. Adapun solusi yang dapat ditawarkan bagi pecinta mie instan sekaligus penggiat pola Gaya Hidup sehat adalah mengkonsumsi mie instan yang terbuat dari bahan organik. Sebagai contoh penelitian adalah mie instan Lemonilo.

PT Lemonilo Indonesia sehat bergerak pada bidang bisnis makanan instan sehat maupun rempah organik dan *Non MSG* yang memiliki fokus kepada kesehatan, salah satunya adalah produk mie instan organik yang terbuat dari sayuran dan rendah kalori, rendah gula, bebas gluten, dan *Non MSG*. Lemonilo sendiri dikenal sebagai makanan instan yang sehat, Shinta Nurfauzia selaku *Co-founder* Lemonilo memiliki misi untuk mengubah Gaya Hidup masyarakat Indonesia menjadi lebih sehat. Mie instan Lemonilo adalah mie instan yang terbuat dari beragam bahan organik salah

satunya sayuran bayam. Mie instan Lemonilo dibuat tanpa bahan-bahan yang berbahaya, diantaranya yaitu 3P (Pengawet, Perasa, serta Pewarna buatan), *Monosodium Glutamate (MSG)*, dan *Hydrolyzed Vegetable Protein (HVP)*. Pada proses produksinya mie instan Lemonilo dibuat dengan cara yang lebih ramah lingkungan, yaitu untuk proses pengeringan mie menggunakan teknik ovenisasi dan tidak melalui proses penggorengan seperti mie instan lain, karena tidak digoreng sehingga memiliki kadar lemak lebih rendah aman untuk dikonsumsi.

Menurut Mowen dan Minor dalam Eldawati (2022:42) Kepercayaan Konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh *customer* serta ulasan yang *customer* alami dari suatu produk, manfaat serta atribut dari sebuah produk atau pelayanan. Berikut ini berbagai ulasan mengenai mie instan Lemonilo yang terdiri dari ulasan positif dan negatif.



Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

**Gambar 1.1 Frekuensi Ulasan Konsumen Produk
Mie Instan Lemonilo**

Berdasarkan Gambar 1.2 Frekuensi Ulasan Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo, dapat disimpulkan bahwa 70% konsumen memberikan ulasan positif dan 30% konsumen memberikan ulasan negatif pada produk mie instan Lemonilo. Berikut beberapa ulasan konsumen mengenai produk mie instan Lemonilo.

Tabel 1.3

Ulasan Positif Konsumen Mie Instan Lemonilo

No	Nama	Ulasan positif
1	Arundina	Untuk branding mie sehat, lemonilo rasanya enak banget. Mienya kenyal tebal dan bumbunya sedap rasanya. Sedikit lebih mahal dibandingkan mie instan pada umumnya. Tapi worth it banget bagi yang ingin sehat tapi pengen makan mie instan.
2	Kholishotun	Mie nya enak, sehat lah pasti dari bahan - bahan alami, tekstur mie nya juga kenyal tidak lembek, rasa bumbunya juga enak menyatu sama mie, pas beli 6 bungkus juga ada bonus sumpitnya
3	Zizah	Mie ter enak, ter sehat. Kami sekeluarga suka banget mie nya.
4	Arwinda	Lemonilo tuh mie favoritku... varian rasanya gak ngebosenin dan pastinya tetap aman meskipun dimakan setiap hari. Aku paling suka sama mie gorengnya rasanya enak banget. Tiap ke supermarker wajib beli mie lemonilo...
5	Riftannanda	Lemonilo ini enak banget sih mie nya Nggak kemanisan gitu Warna mie nya hijau, mie nya

		itu tipe mie yg kecil2 jadi nggak bikin eneg walaupun makannya banyak.. Ditambah nasi tambah enak
6	Tia	saya suka saat di rebus tidak terlalu matang karena kerasa banget tekstur mienya dan juga ada rasa khas
7	Ika	Ini mie nya enak. Kenyalnya pas. Bumbunya pas. Lumayan ini buat yang diet tapi pingin makan mie, karena kalori nya gak tinggi bgt.
8	Anies	Lemonilo selalu ready stok dirumah. Karena anak susah makan karbo seperti nasi. Sangat terbantu sekali dengan adanya Lemonilo yang bisa dan aman dikonsumsi setiap hari.
9	Dhaifina Jamil Nadhilah	Dari segi rasa, mie ini seperti produk produk yang lainnya. Akan tetapi ada yang menarik dari mie ini ialah bentuk nya yang memanjang daripada mie yang lain. Dan saya sangat menyukainya.
10	Rama	produk ini tuh jujur banget karena sesuai sama diskripsi produknya. jadi tekstur mie nya kering, kaku, terus rasa nya bener-bener minim garam banget cocok sih buat yang ga begitu suka asin.
11	Anonymous	Good quality and taste
12	Ananda Salsabila	Mie Lemonilo terbaik, mie enak ang bisa dimakan setiap hari.
13	Zaskia	Mie nya enak banget dan untuk harga buat saya itu worth it.
14	Tenni	Mie nya enak, pas dimakan bumbuna gak kerasa nangkut di leher, air rebusan juga gak

		keruh.
15.	Ernawati	Aman bagi keluarga walau dimakan tiap hari, anak saya suka banget sama mie nya selain enak banyak banget gizinya. teksturnya kenyal kering dan awet banget. terimakasih Lemonilo solusi hebat bagi ibu.

Sumber : Hometesterclub, Lemonilo

Tabel 1.4

Ulasan Negatif Konsumen Mi Lemonilo

No	Nama	Ulasan negatif
1	Indri	Untuk harga lumayan mahal, karena katanya ini alami Terus untuk rasa 11.12 sama mie sebelah, cuman tektur mie nya beda dan bumbu sangat sedikit kurang nampol
2	Retno Herningrum	Agak aneh sih. teksturnya juga gak semenarik digambar. agak cepet lodoh mie nya, atau saya yang salah masak? agak mikir dua kali buat beli ini sih. mungkin saya yang salah ngolah wkwk.
3	Devy	Rasanya enak tapi serasa mie sakura. Teksturnya mienya terlalu lengket, warnanya hijau pas dimasak air rebusnya tetap bening. Harganya terlalu mahal. So sorry aku kurang suka
4	Andy	Kurang enak tekstur mie nya, bumbunya juga kurang mantap.
5	Amelia	Ga enak parah, mie nya ga kenyal. Asin doang ga gurih, tampilan juga ga menggugah selera.
6	Kresno Aji	Mie Lemonilo rasanya aneh, kaya

		pengawetnya berlebihan dan bikin neg. Makan sekali langsung kapok, di samping harganya juga lebih mahal daripada Indomi
7	Anonimous	Lemonilo gak enak, makan 1 aja gak kuat abisin gimana makan tiap hari , sorry lemonilo
8	Clarissa Harjanto	Saya nyobain lemonilo malah ga suka, ga cocok di lidah kayak ada aroma aneh gimana gitu wkwkwkw
9	Bayu	nyoba lemonilo yang bungkus hijau,kesan yang saya dapat: <ol style="list-style-type: none"> 1. tekstur mienya aneh, alot2 gitu 2. asin!!!! 3. harganya dipikir2 rada mahal karena katanya lebih banyak "hijau2"nya. kalau saya lagi diet dan pengen beli mie, mending indomie biasa saja,tapi diperhatikan kalorinya.daripada beli mie diet tapi kalorinya cuman selisih dikit sama indomie
10	Aileen	Menurut saya rasanya kurang berasa/hambar ya.. tekstur mie nya juga kayak lembek gajelas gitu, kalau saya gaakan beli lagi sih..mending beli mie instan yang lain yang lebih murah & meyakinkan rasanya.
11	Elita ika Puspitasari	Rasa bumbunya kurang
12	Khairunnisa	Kecewa gak mau beli lagi
13	Allen	Aku gak suka pertama kali coba, aku tambahin telur dan sosis tetep aja gak selera jadi gak pernah beli lagi.

14	Safrilla	Maaf kurang suka sama rasa Lemonilo, menuruku rasanya terlalu sehat
15	Whawanti	Saya tidak suka sama rasan nya

Sumber : Hometesterclub, Lemonilo

Berdasarkan tabel ulasan positif dan negatif dari konsumen Lemonilo, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen menyukai Lemonilo karena lebih sehat dan aman untuk dikonsumsi. Penilaian dan ulasan dari masyarakat tersebut menunjukkan bahwa konsumen percaya dengan Lemonilo. Kepercayaan Konsumen tentang mi Lemonilo juga akan berdampak pada keputusan pembelian dalam memilih merek mie yang dapat di andalkan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler (2018:191) “Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

Tabel 1.5

Pendapatan Penjualan Mie Instan Lemonilo Januari-Agustus 2022

Bulan	Penjualan (Rp)
Januari	374,1 juta
Februari	953,5 juta
Maret	329,8 juta
April	184,8 juta
Mei	160,6 juta
Juni	100,9 juta
Juli	269,7 juta
Agustus	176,1 juta

Sumber : databoks.katadata.co.id

Berdasarkan data penjualan tersebut, Lemonilo mengalami kenaikan penjualan pada bulan Februari yaitu sebesar 953,5 juta. Pada bulan Maret –

juni mengalami penurunan Pendapatan Penjualan dan di bulan Juli ada peningkatan kembali sebesar 269,7 juta. Namun penjualan di bulan agustus sebesar 176,1 juta angka ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan pendapatan penjualan. Dalam hal ini penjualan mie Lemonilo cenderung menurun setiap bulannya.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN LEMONILO DI JAKARTA TIMUR (Studi Kasus pada Konsumen Mie Instan Lemonilo)”**.

1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi, permasalahan pada produk mie instan Lemonilo sebagai berikut :

1. Berdasarkan *World Instant Noodles Association (WINA)*, Indonesia merupakan pengkonsumsi mie terbesar kedua di dunia dengan total konsumsi tahun 2021 mencapai 13,270 milyar bungkus. Berdasarkan data tersebut, konsumsi mie instan Indonesia meningkat 4,98% dibandingkan tahun 2020 yang mencapai 12,640 milyar bungkus.

2. Mie Instan Lemonilo menduduki peringkat 1 Berdasarkan Daftar 6 Brand produk Mie Instan Sehat Terbaik Tahun 2022 di Indonesia
3. Berdasarkan ulasan positif dan negatif konsumen Mie Instan Lemonilo.
4. Penjualan pada bulan Februari yaitu sebesar 953,5 juta. Pada bulan Maret – juni mengalami penurunan Pendapatan Penjualan dan di bulan Juli ada peningkatan kembali sebesar 269,7 juta. Namun penjualan di bulan agustus sebesar 176,1 juta angka ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan pendapatan penjualan pada bulan agustus.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka permasalahan ini dibatasi hanya variabel Gaya Hidup dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei- Agustus 2022. Responden yang di tuju adalah konsumen produk mi instan Lemonilo yang melakukan pembelian minimal 3 kali dalam 1 bulan terakhir, objek dalam penelitian ini adalah mie instan Lemonilo, dengan sampel sebanyak 100 responden.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah:

1. Apakah Gaya Hidup dan Kepercayaan Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk mie instan Lemonilo di Jakarta Timur?
2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk mie instan Lemonilo di Jakarta Timur?
3. Apakah Kepercayaan Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk mie instan Lemonilo di Jakarta Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh informasi atas jawaban yang dicari seperti yang dijabarkan dalam rumusan masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada produk mie instan Lemonilo di Jakarta Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada produk mie instan Lemonilo di Jakarta Timur.

3. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada produk mie instan Lemonilo di Jakarta Timur

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran. Menjadi bahan kajian dan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, masukan dan bermanfaat bagi PT.Lemonilo sebagai produsen mie instan Lemonilo dalam mengembangkan strategi dengan menggunakan pendekatan Gaya Hidup dan Kepercayaan Konsumen dalam upaya meningkatkan Keputusan Pembelian.