

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya suatu zaman, segala sesuatu hal pun tidak luput dari perubahan. Perubahan tersebut juga terjadi pada hal-hal yang berhubungan dengan manusia, baik perubahan yang terjadi dibidang politik, bidang ekonomi, bidang sosial, bidang budaya dan juga pengaruh pada pola perilaku pesaing didalam menjalankan bisnisnya. Hal ini tentu menimbulkan persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan pada umumnya memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk menghasilkan laba dan menjalankan usahanya dalam jangka panjang.

Tingkat persaingan yang semakin tinggi mengakibatkan konsumen memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap kualitas, pilihan produk, dan tingkat harga yang relatif murah. Strategi mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen sangat perlu diterapkan perusahaan dalam menghadapi persaingan tersebut. Ditambah dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat membuat masyarakat memiliki gaya hidup yang semakin maju. Dan sebagian masyarakat modern lebih memilih untuk hidup praktis.

Strategi dan inovasi yang diterapkan oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan hal – hal yang mendasari konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Dengan mempertimbangkan pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tentang suatu barang atau jasa yang akan dikonsumsi, tentu menjadi hal penting bagi perusahaan untuk mengetahui proses dan faktor – faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian agar konsumen dapat berlangganan untuk mengkonsumsi produk tersebut. Di Indonesia sendiri sudah banyak perusahaan-perusahaan makanan yang tergolong kedalam perusahaan ternama di dalam negeri maupun luar negeri, salah satunya adalah PT Mayora Indah Tbk. Perusahaan tersebut banyak memproduksi makanan-makanan

ringan dan juga beberapa merek minuman kemasan yang cukup di kenal oleh masyarakat. Dan salah satunya yaitu minuman teh kemasan “Teh Pucuk Harum”.

Banyak perusahaan retail yang bekerjasama dengan PT Mayora Indah Tbk dan salah satunya yaitu perusahaan Alfamart. Alfamart Bekasi Timur Regency 7 yang beralamatkan di salah satu perumahan di Bekasi Timur ini adalah salah satu retail yang menjadi tempat distribusi produk-produk PT Mayora Indah Tbk diantaranya, berbagai jenis biskuit, permen, kopi, minuman kesehatan, coklat dan minuman kemasan. Minuman kemasan disini salah satunya adalah Teh Pucuk Harum dengan motonya “Teh terbaik berasal dari pucuknya”. Didalam persaingan bisnis pasti setiap perusahaan menginginkan penjualan yang jauh lebih meningkat dibandingkan dengan perusahaan lain. Dan untuk mewujudkan hal tersebut pasti setiap perusahaan termasuk PT Mayora Indah Tbk pasti akan melakukan berbagai strategi pemasaran diantaranya meningkatkan promosi, kualitas produk, dan menetapkan harga yang mudah untuk dijangkau para konsumennya.

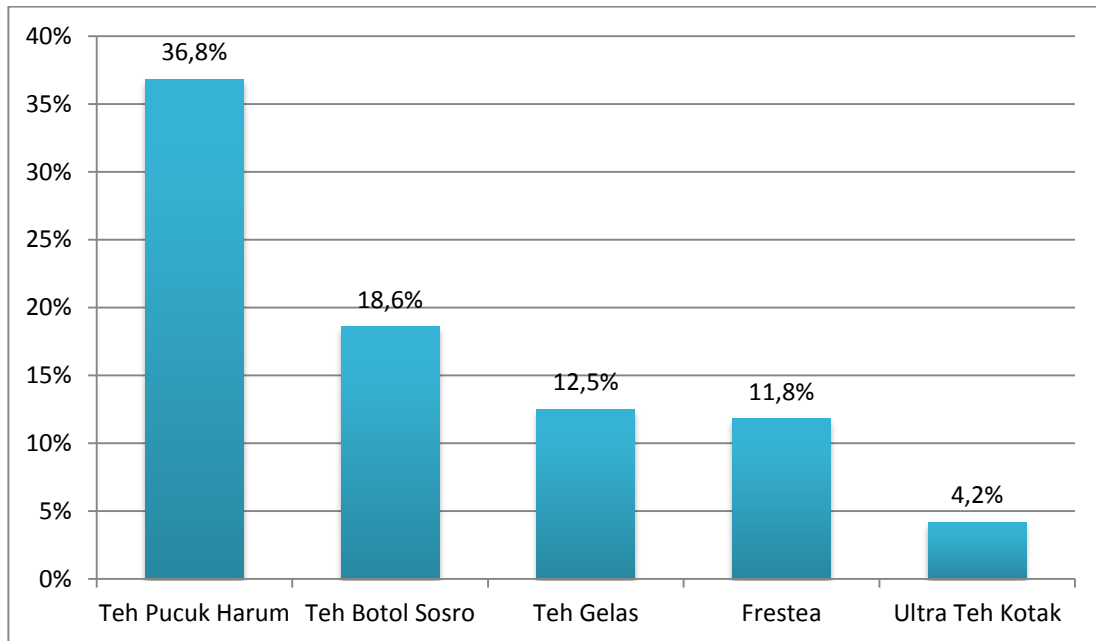
Promosi adalah salah satu strategi pemasaran yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Tujuan promosi adalah untuk mengomunikasikan produk dengan benar kepada konsumen agar mereka mendengar, melihat, tertarik, dan membeli produk kita; dan selanjutnya mau dan mampu merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk kita. Dan didalam hal ini promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan yaitu memasang berbagai iklan di televisi.

Selanjutnya harga, harga merupakan suatu nilai yang ditetapkan oleh perusahaan atau penjual untuk memikat konsumen. Konsumen menginginkan tarif harga yang sesuai. Dan untuk harga Teh Pucuk Harum sendiri bervariasi sesuai dengan ukurannya.

Terlepas dari promosi dan harga yang diterapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut. Kualitas produk merupakan ciri khas tertentu dari produk yang mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Dan didalam hal ini perusahaan menyebutkan bahwa Teh Pucuk Harum merupakan minuman yang dibuat dari pucuk daun teh pilihan, bagian terbaik untuk membuat minuman teh. Produk teh ini

telah dipadukan dengan aroma *jasmine* untuk menciptakan rasa teh terbaik. Produk minuman ini dikemas praktis sehingga mudah untuk dibawa kemana saja. PT Mayora Group sudah melakukan berbagai strategi pemasaran tersebut untuk meningkatkan penjual produk Teh Pucuk Harum. Demikian data Top Brand minuman teh kemasan tahun 2022.

Gambar 1.1 Grafik Top Brand Minuman Teh Kemasan 2022



Sumber : Topbrand-Awards.com

Dapat dilihat dari data top brand diatas bahwa Teh Pucuk Harum memiliki presentase paling tinggi dibandingkan dengan teh kemasan merek lain. Hal ini menunjukan bahwa Teh Pucuk Harum sudah mampu memimpin pasar, namun untuk mempertahankan *eksistensi* tersebut perusahaan harus tetap memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Dan untuk mendukung penelitian, peneliti menyertakan data penghuni perumahan Bekasi Timur Regency⁷, adapun datanya sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data KK (Kepala Keluarga) Perumahan Bekasi Timur Regency 7

No	Nama Cluster	Jumlah KK
1.	Bromelia	200
2.	Calistia	195
3.	Dianela	95
4.	Erica	163
5.	Fallopia	175
6.	Gerbera	250
TOTAL		1.078

Sumber: Kelurahan Setempat

Dapat dilihat dari tabel diatas jumlah total penghuni Perumahan Bekasi Timur Regency 7 sebanyak 1.078 KK. Namun disini dengan jumlah orang sebanyak itu pasti tidak semuanya menggemari minuman teh kemasan Teh Pucuk harum, oleh dari maka itu peneliti tertarik untuk meneliti apakah Teh Pucuk Harum menjadi pilihan nomer 1 dikalangan masyarakat perumahan Bekasi Timur Regency 7 ini atau tidak. Dan mengingat kembali pentingnya faktor-faktor dalam strategi pemasaran untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan penjualan dimasa mendatang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul

“ pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7 ”

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh peneliti sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing produk sejenis, sehingga membuat konsumen sulit untuk menentukan.
2. Kurangnya variasi rasa dan kemasan teh pucuk harum.
3. Tidak memiliki aroma khas yang menjadi keunikan produk teh pucuk harum.
4. Kurangnya promosi dari pihak Alfamart.
5. Kurang terlihatnya stand teh pucuk harum di dalam Alfamart.

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di minuman kemasan teh pucuk harum menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup signifikan. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka peneliti membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu peneliti membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7?
2. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7?
3. Apakah secara parsial kualitas harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum di Alfamart Bekasi Timur Regency?
4. Apakah secara stimulan promosi, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah diatas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7.

3. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7.
4. Untuk mengetahui apakah secara stimulan promosi, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum di Alfamart Bekasi Timur Regency 7.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan beberapa manfaat antara lain:

1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh perusahaan guna meningkatkan produktifitas dan penjualan perusahaan.
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan promosi, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian.
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti khususnya di bidang manajemen pemasaran.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berkaitan dengan tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.