

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan bisnis dalam era globalisasi sekarang ini sangat ketat dan membuat setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dalam menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Dengan demikian usaha pengembangan produk yang berbeda, dapat menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai suatu kepuasan masing-masing pihak, baik dari pembeli karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya maupun bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk-produknya. Perusahaan saling berkompetisi dalam hal menarik perhatian konsumen kepada produk yang ditawarkan. Ketika konsumen sudah mulai tertarik dengan suatu produk, maka selanjutnya konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian.

Keputusan pembelian menurut (Amstrong K. d., 2015, p. 181), adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Dimana mengetahui masalahnya, informasi produk ataupun merek produk tersebut dan melakukan evaluasi yang dapat memecahkan masalah sehingga dapat mengarah kepada keputusan pembelian, oleh karna itu perusahaan perlu memperhatikan factor faktor yang mendukung keputusan pembelian konsumen agar dapat bersaing dengan kompetitornya.



Sumber : (Databooks.co.id)

**Gambar 1.1**  
**Ragam Jenis Minuman Kemasan Favorit Masyarakat Indonesia ( Juli 2022)**

Gambar 1.1 menunjukkan hasil survey yang dilakukan Jejak Pendapat (JakPat), berdasarkan jenisnya, Minuman sari buah merupakan minuman dalam kemasan yang berada di urutan ketiga yang menjadi favorit masyarakat. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi adalah PT. Coca Cola Amatil Indonesia. Minute Maid Pulpy merupakan minuman sari buah dengan rasa jeruk produksi dari CCAI (Coca Cola Amatil Indonesia) yang di formulasikan untuk memenuhi kebutuhan gizi, vitamin, dan mineral sebagai nutrisi harian yang cukup diminati oleh para konsumen.

Citra merek menurut (Keller, 2016, p. 33), adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Citra merek merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat

muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek.

Dimensi citra merek yang dihasilkan oleh konsumen memiliki pengaruh terhadap keinginan konsumen untuk membeli dan pada akhirnya menghasilkan keputusan pembelian. Aniek Fatlahah dalam jurnal penelitiannya menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun penelitian tersebut bertentangan dengan hasil penelitian Restiana Oktaviyani yang menyimpulkan bahwa citra merek berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu peneliti ingin menguji apakah citra merek berpengaruh positif atau negative terhadap keputusan pembelian.



Sumber: *Instagram.com*

**Gambar 1.2**  
**Akun Instagram**

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dijelaskan bahwa pengikut media sosial instagram Buavita masih unggul jauh sebanyak 37,6RB pengikut, di urutan ke dua ditempati oleh Flordina dengan pengikut 19RB, sedangkan Minute Maid Pulpy

hanya 14RB pengikut. Minute Maid Pulpy masih tertinggal jauh oleh kompetitor nya dalam segi pemasaran di media sosial instagram.

Citra merek dari produk Minute Maid Pulpy juga menurun diposisi ketiga mengalami penurunan 1,9% dari tahun sebelumnya, seperti yang dilansir oleh *Top Brand Award* Indonesia kategori minuman sari buah kemasan 2021 dan 2022 yang disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Top Brand Index Fase 1 2021&2022**  
**Minuman Sari Buah Dalam Kemasan**

No	Merek	Persentase 2021	Merek	Persentase 2022
1	Buavita	38.6%	Buavita	34.9%
2	Minute Maid	12.6%	Floridina	14.8%
3	Floridina	12.2%	Minute Maid	10.7%
4	Nutrisari	7.1%	Ale-ale	7.3%
5	Ale-ale	5.9%	Nutrisari	7.2%

Sumber: *topbrand-award.com*

Dapat Dijelaskan dari tabel diatas bahwa posisi pertama masih di tempati oleh Buavita dengan 38.6% menurun 3.7% dari tahun sebelumnya.. Posisi kedua di tempati oleh Floridina dengan 14.8% mengalami kenaikan 2.6% di tahun 2022. Kemudian Minute Maid menurun menjadi posisi ketiga dengan persentase 10.7% pada tahun 2022 yang sebelumnya 12.6% pada tahun 2021 menurun 1.9%. Nutrisari dan Ale-ale mendapatkan tambahan persentase sebesar 0.1% dan 1.9% dari tahun kemarin menjadi 7.2% dan 7.3%. Dapat kita ketahui dari hal tersebut bahwa citra merek Minute Maid Pulpy mempunyai masalah, yaitu persentase yang menurun pada Top Brand Award tahun 2022.

Selain citra merek, faktor harga juga dapat mendukung keputusan pembelian dari konsumen terhadap suatu produk. Harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya (Tjiptono F. , 2015, p. 25). Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukar suatu nilai (harga) untuk mendapatkan suatu nilai lain (manfaat karena memiliki atau menggunakan produk). Jika pelanggan menganggap bahwa harga lebih tinggi dari nilai produk, maka tidak akan membeli produk. Jika konsumen menganggap harga berada dibawah nilai produk, maka akan membeli produk tersebut. Nanang Susanto dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk. Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian Mahmudah Sugiharti yang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh negatif pada keputusan pembelian.

Perbedaan harga yang lebih rendah dapat membuat konsumen lebih memilih produk pesaingnya. Seperti yang dilansir oleh [www.topbrandaward.com](http://www.topbrandaward.com) bahwa Minute Maid Pulpy menurun ketika produk Floridina sang kompetitor mulai muncul dipasaran dalam segmen minuman jus dengan bulir buah jeruk karena faktor harga. Floridina datang dengan harga yang lebih murah dan ekonomis yaitu Rp3000,-/btl, sehingga beberapa kota menjadi kota yang dominan mengkonsumsi minuman jus buah dalam kemasan produk Floridina dari pada Minute Maid Pulpy. Lebih lengkapnya lihat tabel berikut ini:

**Tabel 1.2**  
**Daftar Harga Minuman Sari Buah Kemasan Tahun 2022**

Merek	Alfamart	Indomaret	Lawson
Minute Maid Pulpy Orange 350 ml	Rp.7280	Rp.7300	Rp.7900
Floridina Orange 350 ml	Rp.3200	Rp.3100	Rp.3300

Sumber: Data diolah penulis

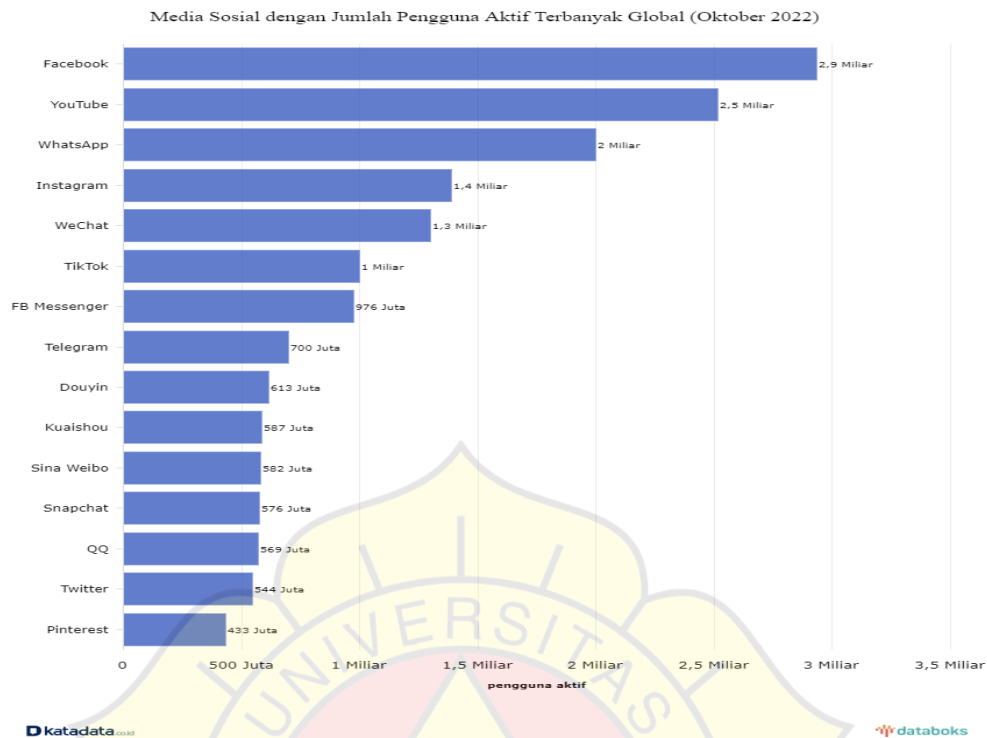
Dari Tabel tersebut menjelaskan bahwa Floridina mempunyai strategi harga yang lebih terjangkau di bandingkan harga Minute Maid. Perbandingan harga produk yang sangat berbeda, harga Floridina setengahnya lebih murah dari harga Minute Maid Pulpy. Hal ini menjadi permasalahan bagi Minute Maid Pulpy karena konsumen mulai memilih produk pesaing yang sejenis.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk antara lain faktor promosi. Keterkaitan promosi dengan keputusan pembelian adalah suatu cara memperkenalkan, mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk/jasa sehingga memotivasi konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang telah di lakukan oleh Erwin Adi Wijaya dkk yang berjudul (Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy Pada Mahasiswa di Universitas Jember, 2014). Hasilnya menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Peneliti berkontribusi menambahkan variabel harga, karena hal tersebut berdasarkan masalah yang terdapat pada produk Minute Maid Pulpy saat ini, yaitu perbandingan harga yang cukup tinggi antara Minute Maid Pulpy dengan pesaing terbarunya yang sejenis sehingga menyebabkan pangsa pasarnya sedikit demi sedikit mulai diambil oleh pesaing yang sejenis dan Susi S Sihombing dkk (2014) dalam jurnalnya menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu peneliti ingin menguji apakah harga berpengaruh positif atau negative terhadap keputusan pembelian.

Peneliti juga menambahkan variabel promosi terhadap keputusan pembelian, keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk antara lain faktor promosi. Keterkaitan promosi dengan keputusan pembelian adalah suatu cara memperkenalkan, mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk/jasa dan memotivasi konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Apabila konsumen tertarik untuk menggunakan produk/jasa yang dipromosikan maka akan menimbulkan permintaan pasar. Sebaliknya jika konsumen belum pernah mendengar dan tidak yakin atas produk/jasa yang dipromosikan maka tidak akan menciptakan permintaan. Dalam penelitian Edi Cahyono (2018), yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta” Hasilnya menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu peneliti memutuskan untuk menguji apakah promosi berpengaruh positif atau negative terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy.

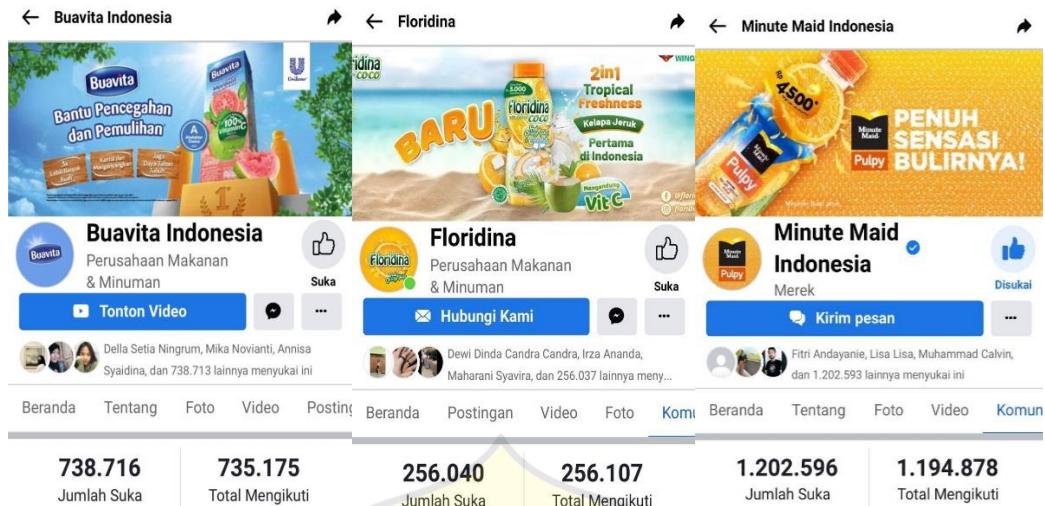


Sumber : (Databooks.co.id)

**Gambar 1.3**  
**Media Sosial Dengan Jumlah Aktif Terbanyak Global (Oktober 2022)**

Gambar 1.3 Menunjukkan bahwa Facebook menjadi media sosial dengan jumlah pengguna aktif media sosial terbanyak di dunia pada Oktober 2022. Facebook memiliki 2,93 miliar pengguna aktif pada Oktober 2022. Youtube berada di peringkat kedua dengan jumlah pengguna aktif 2,51 miliar. Di ikuti whatsapp 2 miliar dan Instagram 1,38 miliar pengguna aktif. Berikut ini merupakan media promosi Minute Maid Pulpy di media sosial Facebook :





Sumber : Facebook.com

### Gambar 1.4 Media Facebook

Berdasarkan gambar 1.4 dapat dijelaskan bahwa media sosial Facebook Minute Maid Pulpy telah memiliki 1.194.878 pengikut dengan total jumlah suka sebanyak 1.202.596. Hasil ini menjadikan Minute Maid Pulpy sebagai media sosial facebook terunggul diantara produk pesaing minuman dalam kemasan sari buah. Kemudian di urutan kedua ditempati oleh Buavita yang memiliki pengikut sebanyak 735.175 dengan total jumlah suka sebanyak 735.175, dan di urutan terakhir ditempati oleh Floridina yang memiliki pengikut sebanyak 256.107 dengan total jumlah suka sebanyak 256.040.

**Tabel 1.3**  
**Daftar Mahasiswa Aktif Universitas Darma Persada**

NO	Program Studi	Tahun Ajaran					Jumlah
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	Bahasa & Kebudayaan Jepang S1	57	167	149	148	177	698
2	Bahasa Mandarin & Kab. Tiongkok S1	4	18	13	19	23	77
3	Bahasa & Kebudayaan Jepang S1	18	56	62	40	47	223
4	Bahasa Jepang D3	-	-	5	14	7	26
5	Bahasa Inggris D3	-	2	3	8	7	20
6	Teknik Elektro S1	11	13	5	7	11	47
7	Teknik Industri S1	20	37	34	23	16	130
8	Teknologi Informatika S1	74	107	75	57	41	354
9	Sistem Informasi S1	13	48	57	40	53	211
10	Teknik Mesin S1	24	52	37	30	36	179
11	Teknik Perkapalan S1	4	16	11	16	22	69
12	Tek. Sistem Perkapalan S1	3	-	6	10	33	52
13	Manajemen S1	62	150	131	130	84	557
14	Akuntansi S1	66	96	62	61	39	324
15	Teknologi Energi Terbarukan S1	-	-	1	11	23	35
Total		356	762	651	614	619	3002

Sumber : Biro Akademik Universitas Darma Persada (2022)

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa mahasiswa Universitas Darma Persada memiliki 3002 mahasiswa aktif yang masih melakukan kegiatan perkuliahan. Dalam penelitian ini, mahasiswa yang masih aktif merupakan anggota populasi yang akan dijadikan sampel penelitian konsumen Minute Maid Pulpy.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minute Maid Pulpy di Universitas Darma Persada (Studi Kasus Konsumen Minute Maid Pulpy)”**.

## **1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah diambil berdasarkan latar belakang masalah diatas, antara lain adalah:

1. Menurunnya persentase Minute Maid pada *Top Brand Award* 2022.
2. Harga produk Minute Maid Pulpy kalah bersaing dengan produk pesaing.
3. Strategi promosi Minute Maid Pulpy memasarkan produk menggunakan 3 urutan media sosial dengan pengguna terbesar di dunia.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka permasalahan ini dibatasi hanya variabel citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di Universitas Darma Persada. Waktu penelitian dilaksanakan pada Oktober 2022 - Februari 2023. Responden yang di tuju adalah konsumen Minute Maid Pulpy yang melakukan pembelian minimal 3 kali dalam 1 bulan terakhir, objek dalam peneliian ini adalah Minute Maid Pulpy, dengan sampel sebanyak 100 responden.

### **1.2.3 Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy?
2. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy?
4. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti dengan ini mengharapkan agar hasil penelitian yang dilakukan bermanfaat dan berguna bagi:

1. Penulis/ Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat membantu penulis/ mahasiswa untuk menganalisis permasalahan mengenai citra merek, harga dan promosi yang terjadi di PT. Coca Cola Amatil Indonesia dan untuk menambah informasi serta wawasan tentang bagaimana pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Produk Minute Maid Pulpy.

2. Perusahaan

- a. Untuk menambah informasi dan juga sebagai bahan pertimbangan yang dapat dijadikan evaluasi untuk pihak pemasaran dalam melakukan proses penjualan produk, agar lebih baik lagi kedepannya.
- b. Sebagai saran dan masukan kepada perusahaan agar didalam melakukan penjualan dapat meningkatkan citra merek, penetapan harga, dan strategi promosi yang dilakukan agar lebih bisa meyakinkan konsumen.

3. Universitas Darma Persada

Menambah koleksi karya ilmiah pada perpustakaan sehingga dapat digunakan sebagai bahan acuan atau referensi serta ilmu pengetahuan yang bermanfaat.