

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Pola konsumsi dan gaya hidup yang berkembang di masyarakat kota saat ini, mengingatkan setiap hal yang serba instan hingga produk-produk makanan dan minuman instanpun bermunculan disekitar masyarakat. Akan tetapi masyarakat saat ini mulai pintar dan jeli berharap produk-produk instan tersebut memiliki nilai gizi yang tinggi bahkan sehat untuk dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang. Salah satu pelopor produk minuman instan yang memiliki banyak manfaat ialah teh hijau atau *trend* di masyarakat dengan sebutan *green tea*. *Green tea* muncul dengan berbagai manfaat yaitu mengurangi resiko kanker, mencegah penyakit jantung, radikal bebas, menurunkan berat badan, mencegah kanker kulit, memperkuat tulang dan masih banyak manfaat lainnya.

Tingginya minat masyarakat dengan minuman *green tea* siap minum dalam kemasan ini mengakibatkan bermunculannya produsen-produsen dengan berbagai macam merek dan rasa. Mereka semakin gencar melakukan pemasaran agar produk-produk mereka unggul dari para pesaing-pesaingnya dan mengubah pikiran masyarakat untuk melakukan keputusan untuk membeli produk tersebut.

Untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan sebuah keputusan pembelian, perusahaan harus melihat kualitas pada produk mereka apakah sudah sesuai dengan keinginan yang dibutuhkan masyarakat indonesia pada saat ini atau belum. Saya sebagai peneliti memfokuskan pada minuman Frestea Green Tea

yang diproduksi oleh PT Coca Cola Bottling dengan produk unggulannya yang mulai masuk pasar pada akhir September 2005 hingga saat ini.

Produk minuman Frestea Green Tea saat ini menjadi salah satu perhatian lebih karena banyaknya produk-produk pesaing dengan berbagai inovasi rasa dengan harga yang jauh lebih murah. Oleh karena itu Frestea Green Tea harus mempertahankan citra merek, kualitas produknya maupun harga yang bersaing untuk mempengaruhi masyarakat untuk melakukan keputusan pembelian pada produk minuman Frestea Green Tea.

Citra merek juga berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Apabila citra merek perusahaan tersebut selama ini baik maka kemungkinan besar konsumen akan cenderung menggunakan produk tersebut karena citra merek yang baik dari perusahaan tersebut menandakan produk atau jasa yang dikeluarkan juga baik. Peran merek dari suatu produk yang dapat berkembang dan bertahan pada minuman teh hijau dalam kemasan siap minum saat ini sudah dapat kita lihat di *Top Brand Award* dari tahun 2013 s/d 2016 sebagai berikut:

**Tabel 1.1 : Top Brand Minuman Teh Hijau Dalam Kemasan Siap Minum Tahun 2013-2016**

No.	Produk	2013	2014	2015	2016
1	Nu Green Tea	46,2 %	42,1 %	52,6 %	46,2 %
2	<b>Frestea Green</b>	<b>26,7 %</b>	<b>26,9 %</b>	<b>27,3 %</b>	<b>16,1 %</b>
3	Joy Tea	17,9 %	18,5 %	6,6 %	1,7 %

Sumber: *Top Brand*, 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2013 TBI Frestea Green Tea sebesar 26,7 %. Pada tahun 2014 TBI Frestea Green Tea mengalami kenaikan sebesar 0,2 % menjadi 26,9 %. Pada tahun 2015 TBI Frestea Green Tea mengalami kenaikan sebesar 0,4 % menjadi 27,3 %. Namun pada tahun 2016 TBI Frestea Green Tea mengalami penurunan yang cukup signifikan sebesar 11,2% menjadi 16,1%. Hal ini menandakan bahwa pada tahun 2016 penilaian masyarakat terhadap Frestea Green Tea mengalami penurunan yang dapat berdampak pada penurunan keputusan pembelian produk Frestea Green Tea tersebut.

**Tabel 1.2 : Kuesioner Pra Survei**

No.	Pernyataan	Tidak Setuju	Setuju
1	Apakah peran merek minuman Frestea Green Tea menjadi pertimbangan anda untuk membeli?	16 orang konsumen	14 orang konsumen
2	Apakah anda menyukai minuman Frestea Green Tea?	20 orang konsumen	10 orang konsumen
3	Apakah harga yang ditawarkan minuman Frestea Green Tea terjangkau oleh konsumen?	18 orang konsumen	12 orang konsumen
4	Apakah anda akan melakukan pembelian ulang minuman Frestea Green Tea dalam beberapa waktu?	17 orang konsumen	13 orang Konsumen

Sumber : Data diolah Peneliti, 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada pertanyaan nomer satu yang mewakili variabel citra merek didapat hasil bahwa sebanyak 16 konsumen tidak setuju bahwa merek minuman Frestea Green Tea mempengaruhi mereka untuk membeli sedangkan sisanya sebanyak 14 orang setuju. Untuk pertanyaan nomer dua yang mewakili variabel kualitas produk didapat hasil bahwa sebanyak 20 konsumen menyatakan tidak setuju bahwa minuman Frestea Green Tea mempunyai kualitas rasa yang baik sedangkan sisanya 10 konsumen setuju. Untuk

pertanyaan nomor tiga yang mewakili variabel harga sebanyak 18 konsumen menyatakan tidak setuju bahwa harga minuman Frestea Green Tea terjangkau dan sebanyak 12 konsumen setuju. Berdasarkan hasil pra survei diatas kualitas produk Frestea Green Tea masih belum diminati konsumen dan masih kalah bersaing dengan produk kompetitornya.

Adapun faktor selanjutnya yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tersebut adalah Harga. Karena harga adalah hal yang sangat sensitif. Para konsumen akan cenderung untuk membandingkan uang yang akan mereka keluarkan dengan kualitas yang mereka dapat. Harga merupakan salah satu faktor penentu baik dalam memunculkan minat beli maupun keputusan membeli konsumen.

**Tabel 1.3 Daftar Harga Produk Minuman Green Tea Siap Minum**

<b>Produk</b>	<b>Nu Green Tea</b>	<b>Frestea Green</b>	<b>Joy Tea</b>
Harga	Rp. 4.300,-	Rp. 5.300,-	Rp. 6.800,-

Sumber: Info harga minuman, 2016

Dari tabel diatas harga produk minuman Frestea Green Tea lebih mahal dari produk minuman sejenis lainnya yang banyak disukai masyarakat saat ini yaitu Nu Green Tea. Hal ini harus menjadi bahan pertimbangan pihak Frestea Green Tea untuk dapat tetap bersaing dalam produsen minuman teh hijau.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas maka saya sebagai peneliti mengangkat sebuah judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Frestea Green Tea Di Wilayah Kecamatan Balaraja, Tangerang).**

## **1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Persaingan antar produk minuman *green tea* dalam kemasan membuat peran merek pilihan konsumen terbaik berada diposisi kedua *Top Brand* dan menjadi semakin turun ditahun 2016.
2. Peran kualitas rasa yang ditawarkan dari produk minuman menjadi pertimbangan konsumen yang paling tinggi untuk melakukan keputusan pembelian sehingga perlu diperhatikan lebih jauh untuk menjadi produk minuman *green tea* unggulan.
3. Harga yang jauh lebih mahal dari pesaing *Top Brand* Nu Green Tea sehingga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli.
4. Banyaknya minuman teh hijau sejenis lainnya sehingga konsumen cenderung mudah beralih ke merek lainnya.

### **1.2.2. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan pada hal-hal yang terdapat pada identifikasi masalah saya sebagai penulis melakukan pembatasan masalah hanya pada tanggapan yang diberikan konsumen yang telah membeli dan mengonsumsi produk Frestea Green Tea di wilayah Kecamatan Balaraja, Tangerang berkaitan tentang Citra merek, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.

### **1.3. Perumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang tersebut diatas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Frestea Green Tea di wilayah Kecamatan Balaraja, Tangerang?
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Frestea Green Tea di wilayah Kecamatan Balaraja, Tangerang?
3. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Frestea Green Tea di wilayah Kecamatan Balaraja, Tangerang?
4. Apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Frestea Green Tea di wilayah Kecamatan Balaraja, Tangerang?
5. Apakah faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Frestea Green Tea di wilayah Kecamatan Balaraja, Tangerang?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Frestea Green Tea di wilayah Kecamatan Balaraja, Tangerang.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Frestea Green Tea di wilayah Kecamatan Balaraja, Tangerang.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Frestea Green Tea di wilayah Kecamatan Balaraja, Tangerang.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Frestea Green Tea di wilayah Kecamatan Balaraja, Tangerang.
5. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Frestea Green Tea di wilayah Kecamatan Balaraja, Tangerang.

#### **1.5. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Bagi Perusahaan**

Di harapkan penelitian ini dapat memberikan masukan mengenai Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian kepada pihak perusahaan Frestea Green Tea agar dapat meningkatkan nilai penjualan.

## 2. Bagi Peneliti

Dalam hal ini hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi peneliti dan informasi bagi pembaca untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan masukan untuk peneliti selanjutnya.

## 3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan-acuan untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Untuk menyempurnakan skripsi ini bisa menambahkan variabel lainnya.