

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Dari tahun ke tahun perkembangan dan persaingan di segala sektor industri semakin meningkat, hal ini menuntut perusahaan semakin kreatif dalam menjalankan kegiatan usahanya. Berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan serta memenuhi kebutuhan pelanggannya. Proses pembelian dimulai ketika seseorang menyadari kebutuhannya. Orang tersebut mulai menyadari perbedaan keadaan sekarang dan keadaan yang diinginkan. Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik karena referensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari berbagai segmen, sehingga apa yang diinginkan dan yang dibutuhkan juga berbeda.

Kebutuhan manusia bermacam-macam jenisnya, namun kebutuhan manusia yang sangat mendasar adalah kebutuhan makan dan minum, dimana manusia tidak dapat bertahan hidup tanpa terpenuhinya kebutuhan tersebut. Seiring dengan berkembangnya pola gaya hidup manusia yang kini mengutamakan kepraktisan dan kemudahan, mengakibatkan banyaknya perusahaan yang memproduksi minuman ringan dalam kemasan di Indonesia.

Minuman susu dalam kemasan merupakan jenis minuman ringan yang digemari konsumen Indonesia. Minuman yang biasanya disajikan dalam, kondisi dingin memberi efek kesegaran dan minuman jenis ini sangat cocok untuk kesehatan. Selain itu, minuman susu siap minum dalam kemasan menawarkan kemudahan kepada konsumen, yaitu konsumen tidak perlu repot untuk mencuci kemasan minuman, konsumen hanya perlu membuangnya ke tempat sampah.

Pada tahun 1968, PT Friesche Vlag Indonesia didirikan melalui kemitraan antara *Cooperatieve Condensfabriek Friesland* dan sebuah perusahaan lokal. Pada tahun 1969 pabrik Pasar Rebo mulai dibangun dan pada awal 1971, pabrik tersebut mulai memproduksi Susu Kental Manis untuk dipasarkan ke seluruh penjuru tanah air. Pada tahun 1977, PT Foremost Indonesia dan pabrik Ciracas diambil alih, sehingga PT Friesche Vlag Indonesia memiliki 2 pabrik, yaitu Pasar Rebo dan Ciracas. Setelah produk susu kental manis, PT Friesche Vlag Indonesia mulai memproduksi susu bubuk pada tahun 1979, susu pertumbuhan yang pertama di Indonesia pada 1988, dan susu UHT siap saji pada 1991.

Pada tahun 2002, perusahaan ini kemudian berganti nama menjadi PT Frisian Flag Indonesia, dan pada tahun-tahun berikutnya, beberapa perusahaan ikut bergabung di bawah bendera PT Frisian Flag Indonesia. Dan pada tahun 2010, Frisian Flag melakukan pembaharuan identitas atau logo produknya. Tahun 2012 menjadi salah satu momen penting bagi Frisian Flag karena menandai 90 tahun keberadaannya, sebagai bagian penting tak terpisahkan dari kehidupan keluarga Indonesia. Dan hingga kini, PT Frisian Flag Indonesia masih terus melanjutkan

komitmennya untuk membantu memperbaiki status gizi bangsa Indonesia melalui produk-produk inovatifnya.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Persepsi masing-masing konsumen akan suatu produk berbeda-beda. Produk yang berkualitas serta mempunyai *image* yang baik di mata konsumen dipercaya mampu menarik minat konsumen. Dengan produk yang berkualitas serta banyaknya varian rasa yang dihasilkan oleh susu, bukan tidak mungkin untuk menarik minat masyarakat terhadap Susu. Minat beli yang ditindaklanjuti nantinya akan menjadi sebuah keputusan pembelian. Kualitas Susu yang diproduksi dengan mesin yang paling modern dan berteknologi canggih digunakan untuk mempertahankan kesegaran dan nilai gizi dari bahan baku yang sudah terpilih untuk menghasilkan produk berkualitas terbaik bagi konsumen. Sejak bahan baku mulai diproses secara otomatis hingga produk siap meninggalkan gudang penyimpanan, tidak ada kontak langsung dengan tangan manusia yang menjamin bahwa kondisi susu higienis tetap dapat dipertahankan selama proses produksi. Di pabrik melakukan serangkaian uji laboratorium yang lengkap dan ketat mulai dari bahan baku hingga produk jadi, untuk memastikan standar kualitas yang diinginkan, untuk memperbaiki kualitas kesehatan konsumen dapat dicapai secara konsisten, di bawah pengawasan ketat dari para ahli. Kualitas merupakan faktor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan produk tersebut bernilai.

Harga suatu produk merupakan faktor penentu dalam keberhasilan suatu merek untuk menguasai pasar, (Swashta, 2007). Sehingga, perbedaan harga antar merek minuman teh siap minum dalam kemasan yang ada di pasar tidak memiliki banyak perbedaan, karena masing-masing merek menetapkan harga yang bersaing. Selain itu faktor harga juga sangat berpengaruh dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan, karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan perusahaan. Sebelum melakukan pembelian konsumen pasti akan membandingkan harga dengan tempat lain yang sejenis, jika harga sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan maka konsumen akan memutuskan pembelian.

Tabel 1.1 Perbandingan Daftar harga Susu Cair/UHT Ukuran 200 ml di Indonesia

Produk	Harga
Ultra Milk	Rp. 4.600,00
<i>Frisian Flag</i>	Rp.5.200,00
Indomilk	Rp.3.200,00
Milo	Rp. 5.400,00

Sumber: Data Olahan Sendiri, 2017

Dari tabel diatas bisa di lihat, bahwa susu *Frisian Flag* mempunyai harga yang lebih mahal dari dua pesaingnya yaitu Ultra Milk Rp. 4.600,00 dan Indomilk yaitu Rp.3.200,00 tetapi masih lebih murah dari Milo dengan harga Rp.5.400,00.

Harga susu *Frisian Flag* masih cukup mahal dari pesaingnya lainnya yaitu Indomilk dan Ultra milk tidak menyurutkan konsumen untuk membeli dan mengonsumsi susu *Frisian Flag*. Selain itu untuk meningkatkan pembeliannya perusahaan perlu menetapkan strategi yang baik seperti menurunkan harga atau memberikan diskon agar dapat mempengaruhi konsumen untuk dapat melakukan keputusan pembelian yang berefek meningkatnya volume penjualan.

Citra Perusahaan adalah asosiasi yang berkaitan dengan organisasi dengan atribut dari suatu perusahaan, semakin baik citra suatu perusahaan maka produk-produk dari perusahaan tersebut akan lebih mudah diterima oleh konsumen. Citra Konsumen menunjuk kepada persepsi dari jenis seseorang yang menggunakan produk, Citra Konsumen dapat mencerminkan status sosial dan gaya hidup seseorang dalam membeli suatu produk. Citra Produk adalah kesan atau keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, semakin baik citra dari suatu produk maka konsumen akan tertarik dan memiliki minat untuk membeli produk tersebut.

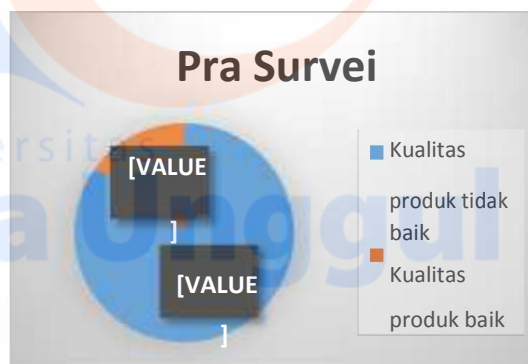
Berikut data yang menunjukkan bahwa setiap tahunnya kinerja merek susu *Frisian Flag* mengalami penurunan dari tahun 2014-2016:

Table 1.2
Peringkat Kinerja Merek untuk Indonesia *Best Brand Index*
Tahun 2014 – 2016

Kategori	Merek	<i>Brand Share</i>	<i>Brand Value</i> 2014	<i>Brand Value</i> 2015	<i>Brand Value</i> 2016
Susu	Ultra Milk	65,2%	62,6%	55,9%	60,6%
Cair/ UHT	Frisian Flag	15,8%	42,7%	24,3%	21,0%
	Indomilk	10,1%	39,8%	18,4%	18,9%
	Milo	3,6%	29,6%	17,8%	7,1%

Sumber: Majalah SWA XXXII

Berdasarkan tabel 1.2, menunjukkan bahwa hampir semua merek susu cair/uht pernah mengalami penurunan pangsa pasar pada tahun 2015. Salah satu merek yang mengalami penurunan adalah *Frisian Flag* dengan pangsa pasar tahun 2014 sebesar 42,7% mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2015 sebesar 24,3% dan menurun kembali pada tahun 2016 sebesar 21,0%. Tetapi, walaupun Susu *Frisian Flag* belum bisa menjadi *leader market*, Susu *Frisian Flag* mampu menunjukkan dirinya sebagai susu yang berkualitas baik dan mendapatkan hati konsumen serta menggeser pesaing lainnya seperti indomilk serta milo.

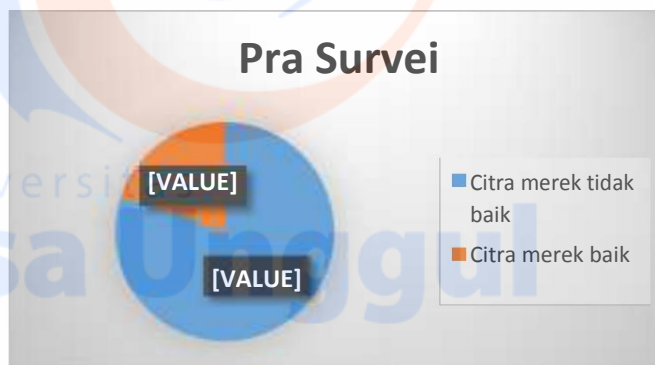


Sumber : data olahan peneliti, 2017

Gambar 1.1

Hasil Pra Survei Kualitas Produk

Berdasarkan hasil pra survei terhadap 20 responden menunjukkan bahwa hampir seluruh responden 17 orang (85%) mengatakan kualitas produk *Susu Frisian Flag* tidak baik di karenakan rasa *Susu Frisian Flag* asam, dan sebanyak 3 orang (15%) mengatakan kualitas produk *Susu Frisian Flag* baik di karenakan rasa Kualitas *Susu Frisian Flag* masih kalah saing dengan produk lain salah satunya dengan produk *Susu Ultra Milk*, dari segi rasa lebih unggul dan keasaman lebih rendah di bandingkan *Frisian Flag*.



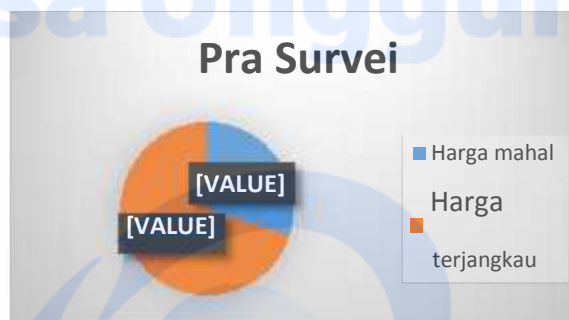
Sumber : data olahan peneliti, 2017

Gambar 1.2

Hasil Pra Survei Citra Merek,

. 16 orang (80%) mengatakan bahwa citra merek Susu *Frisian Flag* tidak baik di karenakan sudah banyak merek sejenis yang lebih terkenal daripada Susu *Frisian Flag*, dan sebanyak 4 orang (20%) mengatakan bahwa citra merek Susu *Frisian Flag* baik di karenakan merek Susu *Frisian Flag* sudah terkenal di kalangan masyarakat.

Citra merek Susu *Frisian Flag* yang tidak begitu baik dikarenakan banyaknya merek sejenis susu cair yang lebih baik maupun lebih terkenal yang beredar di pasaran.



Sumber : data olahan peneliti, 2017

Gambar 1.3

Hasil Pra Survei Harga

6 orang (30%) mengatakan bahwa harga Susu *Frisian Flag* terjangkau, dan sebanyak 14 orang (70%) mengatakan harga Susu *Frisian Flag* mahal. Harga Susu cair *Frisian Flag* mahal di bandingkan dengan rata-rata harga Susu cair yang ada di pasaran.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair/UHT *Frisian Flag* Melalui Citra Merek (Studi Kasus Pada Wilayah Meruya Kembangan, Jakarta Barat).”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Banyaknya pesaing pada produk Susu Cair / UHT sehingga perusahaan harus merumuskan strategi-strategi agar tetap bertahan dalam persaingan.
2. Adanya persaingan kualitas produk dari para kompetitor, sehingga banyak konsumen yang beralih membeli Susu dalam kemasan siap minum jenis lain daripada Susu *Frisian Flag*.
3. Citra merek Susu *Frisian Flag* yang terus menurun, sehingga konsumen banyak yang beralih membeli susu cair / UHT yang sejenis dengan merek yang lebih terkenal daripada Susu *Frisian Flag* hal ini di buktikan dari majalah SWA.
4. Tingkat persaingan harga yang semakin ketat antar produk minuman susu cair/UHT dalam kemasan siap minum, sehingga konsumen lebih memilih minuman yang sejenis dengan harga yang lebih murah.

1.2.2. Pembatasan Masalah

1. Penulis membatasi masalah hanya pada produk Susu *Frisian Flag*.
2. Penulis membatasi penelitian yang berhubungan dengan Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Citra Merek (Z) yang memberi pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

1.3 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirumuskan suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh langsung Kualitas Produk terhadap Citra Merek Susu Cair/UHT *Frisian Flag* ?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung Harga terhadap Citra Merek Susu Cair/UHT *Frisian Flag* ?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair/UHT *Frisian Flag* ?
4. Apakah terdapat pengaruh langsung Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair/UHT *Frisian Flag* ?
5. Apakah terdapat pengaruh langsung Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair/UHT *Frisian Flag* ?
6. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Susu Cair/UHT *Frisian Flag* ?
7. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Susu Cair/UHT *Frisian Flag* ?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan memberikan bukti empiris mengenai “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair/UHT *Frisian Flag* Melalui Citra Merek”

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung Kualitas Produk terhadap Citra Merek Susu Cair/UHT *Frisian Flag*.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung Harga terhadap Citra Merek Susu Cair/UHT *Frisian Flag*.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair/UHT *Frisian Flag*.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair/UHT *Frisian Flag*.
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair/UHT *Frisian Flag*.
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Susu Cair/UHT *Frisian Flag*.
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Susu Cair/UHT *Frisian Flag*.

1.5 Manfaat penelitian

Manfaat-manfaat yang diharapkan dalam penelitian adalah :

1. Bagi penulis

Diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pengalaman dari judul yang diteliti yakni pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian Susu Cair/UHT *Frisian Flag*.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat memberikan informasi yang berharga bagi perusahaan dalam bahan pertimbangan dalam rangka pengambilan keputusan dibidang pemasaran khususnya menyangkut keputusan pembelian yang ada hubungannya dengan kualitas produk, harga dan citra merek pada produk Susu Cair/UHT *Frisian Flag*

3. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan refrensi penelitian selanjutnya.