

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1. Latar Belakang**

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang sangat pesat setiap tahunnya. Hal tersebut diakibatkan dari semakin beragamnya permintaan konsumen. Guna memenuhi permintaan konsumen yang semakin beragam tersebut, banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menciptakan suatu inovasi produk terbaru. Salah satunya yaitu pada produk kopi. Di Indonesia, pola mengkonsumsi kopi sudah menjadi kebiasaan dan keharusan dalam setiap memulai suatu aktivitas maupun setelah melakukan aktivitas. Bahkan pada saat beraktivitas pun sebagian masyarakat menyempatkan untuk mengkonsumsi kopi, karena pada saat ini banyak tersedia beragam produk kopi instan yang bisa disajikan dengan cepat kapanpun dan dimanapun. Untuk dapat bersaing pada pasar, seorang produsen melakukan segala cara salah satunya memberikan kemudahan terhadap konsumen dengan menciptakan produk kopi instan.

Keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan citra merek produk yang mereka miliki. Merek mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya, Berbagai upaya dilakukan perusahaan dalam rangka mempertahankan citra merek yang mereka miliki diantaranya inovasi kemasan keunggulan yang dimiliki produk tersebut, penetapan harga yang bersaing, dan promosi yang tepat sasaran. Semakin baik brand image produk yang dijual, maka semakin tinggi minat beli sehingga semakin tingginya juga keputusan pembelian oleh konsumen terhadap produk.

Salah satu perusahaan yang memproduksi kopi putih instan pertama kali yaitu diperkenalkan oleh PT. Javaprima Abadi, Semarang dengan merek Luwak White

Koffie. Kopi putih menggunakan jenis kopi yang sama dengan kopi hitam biasanya dimulai dari Robusta dan biji kopi Arabika, yang membedakan adalah proses dan teknologinya (okefood.com, 2012). Hal serupa juga dijelaskan dalam blog resmi merek Luwak White Koffie yang menyatakan bahwa kopi putih diproduksi dengan mesin berteknologi cold drying dari Jepang yaitu melalui proses pembekuan atau pendinginan hingga -40 derajat Celcius yang mampu menghilangkan asam gastrik penyebab nyeri lambung hingga 80% namun kafein masih tetap bisa dipertahankan 100% (blog.kopiluwak.org,2010). Terkait dengan konsep pemasaran, peneliti melihat bahwa perusahaan berusaha memenuhi nilai konsumen dengan menawarkan kopi yang aman untuk dikonsumsi melalui inovasi kopi putih dalam kemasan instan.

Luwak White Koffie adalah salah satu produk *convenience goods* yang saat ini sedang berupaya meningkatkan minat beli produknya melalui media iklan televisi. Hal ini terlihat dari banyaknya, iklan Luwak White Koffie yang bermunculan di televisi dan juga keterlibatan Luwak White Koffie sebagai salah satu sponsor dari berbagai acara televisi, antara lain Pesbukers, dan Pas Mantab Luwak White Koffie sendiri meluncurkan iklan dengan menggunakan artis-artis Indonesia yang terkenal, seperti, Yasmine Wildblood, Carrisa Putri, Maudy Kosnadi dan Reza Rahardian. Dengan menggunakan artis-artis tersebut membuat iklan Luwak White Koffie menjadi eksklusif sehingga menciptakan minat beli yang cukup tinggi di masyarakat dan berdampak pada penjualan Luwak White Koffie yang tinggi dipasaran Indonesia.

Berdasarkan data yang diperoleh dari lembaga survey di Indonesia, Luwak White Koffie mendapatkan peringkat pertama sebagai top brand dalam kategori white coffee. Survey ini dilakukan oleh sebuah lembaga riset dan survey di Indonesia yang dapat membantu mengetahui hasil kinerja suatu perusahaan, yang diselenggarakan oleh Top Brand Award. Top Brand Award adalah sebuah lembaga survey yang dilaksanakan oleh Frontier Consulting Group

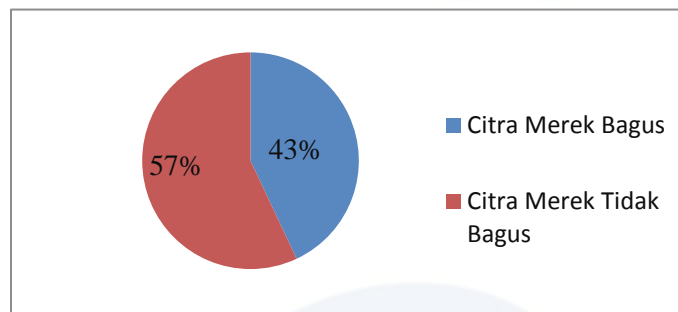
**Tabel 1.1**  
**Top Brand Award Indonesia**  
**Tahun 2014 – 2018**

No	Nama Produk White Coffee	Tahun			
		2014	2015	2016	2018
1	Luwak White Koffie	74,4%	72,5%	74,2%	68,5%
2	Kopiko White Coffee	7,1%	3,1%	5,6%	-
3	Kapal Api White Coffee	6,5%	3,0%	2,5%	2,9%
4	TOP White Coffee	5,2%	8,3%	5,4%	5,4%

Sumber : *Frontier Consulting Group, 2018*

Berdasarkan tabel 1.1, di tunjukan bahwa produk Kopi Luwak White Koffie memiliki masalah yaitu setiap tahun nya mengalami kenaikan dan penurunan terhadap *brand* nya dari tahun 2014 memiliki top *brand* yang baik sekitar 74,4%, tetapi di tahun 2015 mengalami penurunan 72,5%, di tahun 2016 mengalami kenaikan kembali 74,2% dan di tahun 2018 mengalami penurunan lagi mencapai 68,5%.

Survey yang dilakukan peneliti oleh 30 responden dengan variabel Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Beli Minat konsumen :

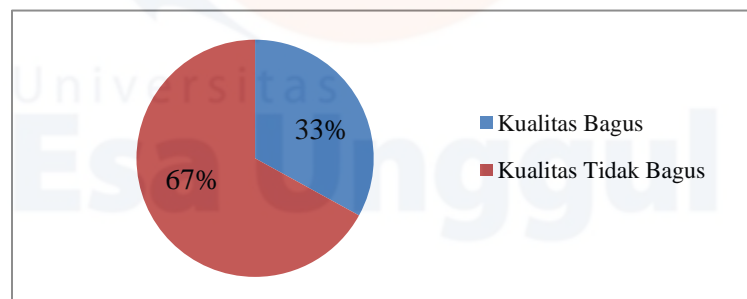


Sumber : Data diolah peneliti, 2018

**Gambar 1.1**  
**Hasil Pra Survey Citra Merek Kopi Luwak White Koffie**

Berdasarkan hasil pra survey menunjukkan bahwa sebagian responden 17 orang (57%) menyatakan bahwa konsumen tidak mempercayai produk Luwak White Koffie, sedangkan sebanyak 13 orang (43%) menyatakan bahwa konsumen mempercayai citra merek produk Luwak White Koffie. Menurut responden citra merek dari Luwak White Koffie kurang dipercaya karena masih banyak merek produk kopi yang mempunyai citra merek yang lebih dapat dipercayai yaitu, Produk Kapal Api White Coffee yang menjadi pesaing utama. Memiliki citra merek yang kuat merupakan suatu keharusan bagi setiap perusahaan, Citra merek yang kuat dapat membangun nama produk menjadi baik.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. kualitas produk sendiri merupakan istilah kekuatan bahan baku, kandungan bahan yang berkualitas, maupun kemasan yang berbeda oleh produk saingan, rancangan untuk mengidentifikasi barang maupun jasa penjual untuk membedakan produknya. Dengan demikian kualitas produk yang baik dan terpercaya akan membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Berikut ini hasil pra survey yang di lakukan oleh peneliti :



Sumber :Data di olah peneliti, 2018

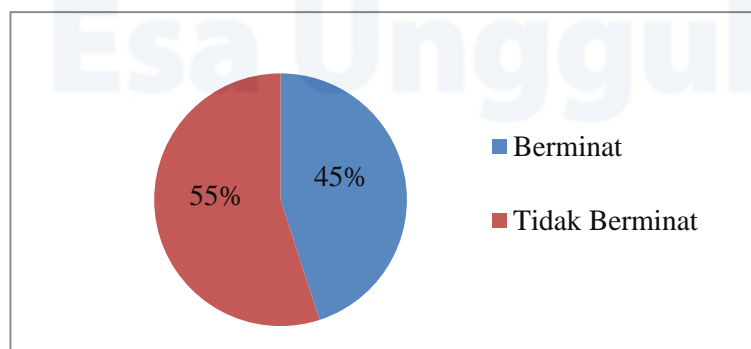
**Gambar 1.2**

### **Hasil Pra Survey Kualitas Produk Luwak White Koffie**

Berdasarkan hasil Pra Survey kepada 30 responden, hasil pra survey menunjukkan bahwa sebagian responden 20 orang (67%) menyatakan bahwa kualitas produk kurang baik, sedangkan sebanyak 10 orang (33%) menyatakan bahwa kualitas

produk baik. Menurut responden kualitas produk yang diberikan oleh Luwak White Koffie kurang memuaskan dikarenakan dari aroma dan rasa kurang berkenan pada selera konsumen dan juga jenis kopi yang mengandung *cafein* yang tinggi sehingga menyebabkan perih dilambung, maka dari itu konsumen banyak akan mempertimbangkan untuk membeli produk Luwak White Koffie .

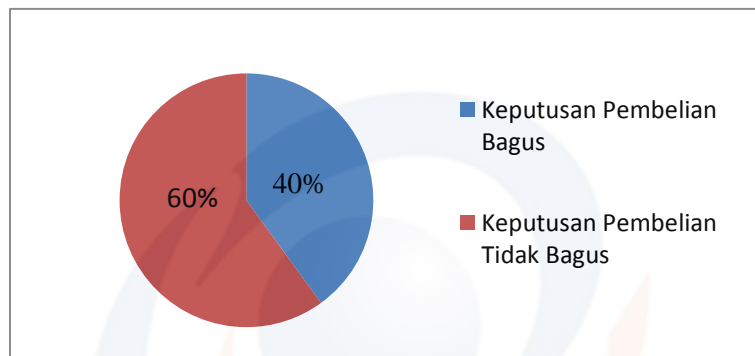
Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Kebutuhan dapat berupa kebutuhan keseharian (keluarga), kebutuhan studi, pekerjaan, status ekonomi, status sosial, dan kebutuhan lainnya. Dalam melakukan rencana pembelian, konsumen dihadapkan kepada berbagai alternatif pilihan produk, kualitas produk, merek, tempat dan pilihan lainnya, lebih tepatnya ketika konsumen mendapatkan informasi yang baik dan bagus maka konsumen akan lebih berminat lagi untuk membeli dan memilih produk yang kita jual. Oleh karena itu konsumen sering menghadapi kebingungan untuk memilih produk, sehingga sebelum melakukan pembelian konsumen harus memikirkan produk apa yang akan dibelinya dan konsumen akan bisa menentukan kapan saatnya untuk melakukan keputusan pembelian kepada suatu produk yang di senangnya. hal ini dibuktikan melalui pra survey yang dilakukan penulis:



Sumber : Data di olah peneliti, 2018

**Gambar 1.3**  
**Hasil Pra Survey Minat beli Luwak White Koffie**

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 responden, hasil pra survey menunjukkan bahwa sebagian responden 16,5 orang (55%) menyatakan bahwa minat beli baik, sedangkan sebanyak 13,5 orang (45%) menyatakan bahwa minat beli kurang baik. Menurut responden minat beli konsumen kurang jadi konsumen kurang tertarik untuk berminat membeli produk ini dan berminat kepada produk lain .



Sumber : Data diolah peneliti, 2018

**Gambar 1.4**

#### **Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian Luwak White Koffie**

Berdasarkan hasil Pra Survey kepada 30 responden, menunjukkan bahwa sebagian responden 12 orang (40%) menyatakan bahwa keputusan bagus, sedangkan sebanyak 18 orang (60%) menyatakan bahwa keputusan pembelian tidak bagus. Menurut responden keputusan pembelian konsumen tidak bagus jadi konsumen kurang tertarik untuk memutuskan membeli produk ini da sehingga menyebabkan keputusan pembelian terhadap Luwak White Koffie rendah dan konsumen banyak memilih produk merek lain.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Kasus Pada Produk Luwak White Koffie, Pinang, Tangerang Kota)**”.



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

### **1.2.1 Identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Citra merek Luwak White Koffie kurang bagus dibandingkan dengan pesaing utamanya, sehingga banyak konsumen yang memilih produk merek lain.
2. Kualitas produk Luwak White Koffie aroma dan rasa kurang memuaskan selera konsumen karena mengandung *cafein* yang tinggi dan menyebabkan perih di lambung sehingga konsumen banyak memilih produk merek lain.
3. Citra merek dan rendahnya kualitas produk tidak bagus, sehingga minat beli konsumen terhadap Luwak White Koffie rendah.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan tidak meluas maka batasan permasalahan pada penulisan skripsi ini adalah :

1. Penelitian ini dibatasi pada pengaruh dari variabel Kualitas Produk, Citra Merek, Minat beli dan keputusan Pembelian.
2. Penelitian ini hanya dilakukan kepada konsumen yang telah membeli dan mengkonsumsi produk Luwak White Koffie.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan hal tersebut maka masalah pokok ditemukan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Citra Merek berpengaruh langsung terhadap Keputusan pembelian Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh langsung terhadap Keputusan pembelian Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh langsung terhadap Minat Beli Produk Luwak White Koffie di Pinang, Tangerang?
4. Apakah Kualitas Produk berpengaruh langsung terhadap Minat Beli Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang?

5. Apakah Keputusan Pembelian Produk berpengaruh langsung terhadap Minat Beli Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang?
6. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Minat Beli melalui Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang ?
7. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli melalui Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan memberikan bukti empiris mengenai **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Produk Luwak White Koffie (Studi kasus di Pinang, Tangerang)”**.

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

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang.
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang.
6. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli melalui Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang.



7. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli melalui Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang.

### **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 Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan informasi yang berharga bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam rangka pemasaran produk makanan dan minuman khususnya yang berhubungan dengan Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Produk Luwak White Koffie di wilayah Pinang, Tangerang

3. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya.