

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi seiring dengan perkembangan jaman perusahaan diuntut untuk cepat beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Oleh karena itu dengan perkembangan teknologi yang ada, perusahaan mencoba selalu memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen guna mendapatkan tempat di benak konsumen. Perkembangan teknologi tersebut membawa dampak bagi masyarakat umum yang mana memunculkan masalah dalam perilaku mereka. Masyarakat dituntut menjadi aktif dan dinamis, dengan kata lain, masyarakat ingin menciptakan kemudahan dalam menggunakan satu produk salah satunya produk kopi. Hal tersebut ditunjukkan dengan munculnya *coffee mix* (kopi plus gula) dalam bentuk sachet, jadi meski perjalanan kemanapun. Mereka tetap bisa menikmati kopi yang dikonsumsi seperti biasa tanpa perlu membawa kopi dan gula. Melainkan cukup membawa satu sachet *coffee mix* dalam saku mereka sudah bisa mengonsumsi kopi

Produk-produk kopi sachet *coffee mix* yang dijual terdapat merk kopi cap singa kopi torabika. Kopi nescafe. Kopi indocafe dan pada umumnya berukuran 20-25 gram yang dipasarkan di masyarakat dengan kisaran harga Rp 500,-/s/d Rp 1000- persachet dan tingkat rasa berbeda dalam membeli suatu produk kopi sachet *coffee mix* saat ini konsumen lebih selektif membeli suatu barang atau produk yang ditawarkan, produk yang memiliki kualitas baik akan dipilih oleh konsumen.

Perusahaan berupaya lebih keras lagi agar produknya diterima oleh masyarakat dan menjadi pangsa pasar diantara produk yang sejenis. Oleh karena itu perusahaan sangat penting untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan konsumen selama ini dan keinginan konsumen terhadap suatu produk melalui tanggapan suatu respon. Tujuan pemenuhan kebutuhan maupun keinginan adalah tercipta tingkat rasa kepuasan setinggi mungkin . kemampuan suatu produk untuk memberi kepuasan tertinggi kepada penggunaanya akan menguatkan kedudukan atau posisi produk tersebut dalam benak konsumen akan menjadi pilihan pertama bilamana terjadi pembelian yang akan datang. PT. Santos Jaya Abadi memproduksi merk kopi terbesar di indonesia. Akan perusahaan ini melalui tumbuh dari sebuah industri rumah tangga sederhana di surabaya, dimana lebih dari 79 tahun silam pada tahun 1927 , sang pelopor go soe loet memproduksi kopi terkenalnya.

Pada tahun 1927 perusahaan melakukan perkembangan sekaligus perubahan. Generasi kedua mulai tampil untuk memastikan kelanjutan dan kesuksesan usaha dengan memperkenalkan mesin dan peralatan muktahir, mengembangkan menejemen, meningkatkan keterampilan tenaga kerja serta memperluas penyebaran produk hingga tersedia di seluruh jawa timur.

Tahun 1980 PT. Santos Jaya Abadi membangun pabrik yang sekarang berada di sepanjang, sidoarjo, jawa timur , pada tahap ini merk kapal api telah menjadi penyangga utama perusahaan yang tersebar rata di seluruh indonesia sekaligus menjadi pemimpin pasar dengan rangkaian produk lengkapnya.

Melanjutkan sukses merk Kapal Api dan demi kepuasan pelanggan, PT. Santos Jaya Abadi mengeluarkan merk kopi Kapal Api *coffee mix* yang produknya kopi kapal api *special mix* dalam bentuk sachet ukuran 20-25 gram adalah suatu langkah yang berani dilakukan oleh Kopi Kapal Api dalam membangun *brand image* di dalam benak konsumen untuk memenuhi keinginan para penikmat kopi

Dalam melakukan keputusan pembelian pada produk *coffee mix* dalam bentuk *sachet* konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian dari produk tersebut, diantaranya faktor 4p (produk, harga, tempat promosi) respon konsumen sangat mempengaruhi perkembangan suatu produk . jika produk yang di tawarkan sesuai dengan selera dan keinginan konsumen , maka bisa dipastikan konsumen akan memilih produk tersebut dan berpeluang menjadi konsumen yang loyal. Namun bila terjadi adalah kebalikannya. Maka tak pelak lagi perusahaan harus bisa lebih bisa melakukan inovasi agar bisa bersaing

Berdasarkan uraian di atas . akhirnya penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang menyangkut sejauh mana pertimbangan para konsumen sampai pada tahap memutuskan untuk memakai Kopi Kapal Api dalam penulisan ini penulis mengambil judul **“Faktor yang menentukan keputusan pembelian Kopi Kapal Api Spesial Mix (Study Kasus Balaraja Barat Kota Tangerang)”**

B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah :

- a) Banyaknya pesaing yang menawarkan produk Kopi Kapal api special mix yang sama dengan harganya yang lebih murah
- b) Selera konsumen terhadap rasa *coffee mix* yang beraneka ragam
- c) Semakin mudah memperoleh pilihan produk yang sejenis di berbagai tempat
- d) Promosi mempengaruhi keinginan konsumen dalam pembelian produk *coffee mix*

2. Pembatasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini perlu di batasi agar penulis dapat lebih terarah dan mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis membatasi pada *produk, price, place, promotion*.

C. Rumusan Masalah

berdasarkan uraian diatas, maka adapun masalah – masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh faktor 4P terhadap produk *coffee mix* merk Kopi Kapal Api Special Mix ?
2. Faktor mana yang lebih dominan antara produk, price, place, promotian terhadap pengambilan keputusan pembelian *coffe mix* merek Kopi Kapal Api Special Mix?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah 4P yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen produk *coffee mix* merk Kopi Kapal Api Special mix
2. Untuk mengetahui faktor mana yang dominan antara produk, price, place, promotion terhadap pengambilan keputusan pembelian *coffee mix* merk Kopi Kapal Api special mix.

E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

- a. Bagi mahasiswa/i penelitian ini akan menambahkan pengetahuan yang dapat dipakai sebagai sarana untuk menerapkan teori yang di peroleh di bangku kuliah khususnya dibidang pemasaran
- b. Bagi pihak yang berkepentingan sebagai informasi tambahan dalam melakuakan penelitian selanjutnya yang masih berkaitan dengan masalah penelitian

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam penyusunan skripsi ini penulis membagi dalam beberapa bab yang tersusun secara sistematis dengan tujuan agar dapat memberikan kemudahan dalam memperoleh gambaran mengenai tulisan proposal skripsi ini. Adapun proposal skripsi ini tersusun dalam enam bab (6) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menguraikan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian untuk melihat sejauh mana teori dapat diterapkan dalam pelaksanaan yang nyata serta mendukung pemecahan masalah dan bab ini di akhiri dengan kerangka pikir dan hipotesis

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam ini menguraikan tentang tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel yang diambil, jenis data yang digunakan, metode analisis data dan definisi operasional variabel.

BAB IV KARAKTERISTIK RESPONDEN

Pada Bab ini membahas identifikasi penelitian responden yang akan diteliti berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merinci seluruh proses penelitian dan hasilnya. Hasil pengolahan data akan dianalisa untuk mendapatkan hasil yang nantinya akan disimpulkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dan akan dikemukakan beberapa kesimpulan dari penelitian, kemudian berdasarkan kesimpulan tersebut akan dijadikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.