

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Ketertarikan konsumen dalam melihat suatu produk dan berencana akan membeli produk tersebut merupakan suatu pemecahan masalah yang dilakukan secara bertahap oleh konsumen. Peneliti memilih menggunakan variabel minat beli karena studi ini sangat menarik untuk diteliti melihat banyaknya produk yang beredar dipasaran dan karena hal tersebut sangat penting bagi konsumen untuk melakukan berbagai macam pertimbangan sebelum adanya ketertarikan konsumen untuk membeli produk tersebut

Minat beli produk dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah Inovasi Produk, Kemasan dan Variasi Produk. Variabel pertama yang dipilih penulis adalah Inovasi Produk. Menurut Pham & Chiu, (2021) Inovasi Produk merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk memperbarui produk guna untuk mempromosikan nilai kualitas produk dan fungsionalitas produk. Menurutnya, inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan uji F sebesar 0,544 ( $p < 0,001$ ). Sehingga membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Produk Chatime merupakan perusahaan minuman yang selalu memberikan inovasi terhadap produknya setiap tahun. Mereka selalu memberikan pembaruan terhadap produknya sesuai dengan tren yang ada pada saat itu. Itulah alasan kenapa

konsumen chatime tidak pernah habis karena pelanggan merasa tertarik dan selalu penasaran dengan inovasi yang dikeluarkan oleh perusahaan chatime tersebut.

Variabel kedua yaitu Kemasan. Menurut Norsita dkk, (2021) kemasan merupakan suatu bentuk wadah yang berguna untuk membungkus suatu produk. Dengan adanya kemasan, dapat membantu meningkatkan kreatifitas perusahaan dan menarik perhatian konsumen karena kemasan yang dibuat bagus dan unik. Kemasan juga dapat dijadikan sebagai promosi perusahaan guna untuk memperkenalkan produknya yang berbeda dengan produk lain. Hasil penelitian dari Norsita dkk, (2021) menunjukkan bahwa Kemasan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Selain variabel Inovasi Produk dan Kemasan, peneliti juga memilih variabel Variasi Produk. Menurut Saputra dkk, (2019) variasi produk merupakan suatu kumpulan produk dan barang yang ditawarkan oleh penjual. Perusahaan chatime memiliki produk yang beraneka ragam. Semua jenis minuman yang mereka tawarkan sangat beragam. Setiap manusia pasti mempunyai selera tersendiri untuk memilih dan menikmati minuman yang disediakan oleh penjual. Jadi, konsumen dapat memilih minuman sesuai dengan selera mereka masing masing. Dengan adanya variasi produk, konsumen jadi bisa mencoba rasa minuman yang beragam dan pasti tidak akan merasa bosan. Hasil penelitian menurut Saputra dkk, (2019) variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Akibat dari adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat perubahan dari berbagai sektor baik dari sektor industri, ekonomi politik bahkan budaya. Seiring dengan adanya hal ini banyak bermunculan produk baru untuk memenuhi kebutuhan. Baik kebutuhan yang tergolong kedalam kebutuhan pokok sampai dengan kebutuhan produk sampingan. Hal ini yang menjadikan semakin kuat persaingan di dalam dunia bisnis, sehingga perusahaan berlomba-lomba untuk melakukan berbagai strategi untuk memasarkan produk.

Strategi yang dilakukan perusahaan harus dapat menjangkau target pasarnya agar konsumen tidak beralih kepada perusahaan pesaing. Maka dari itu, perusahaan perlu merancang strategi yang baik agar dapat memperoleh tujuan utama perusahaan dan tetap menjadi pemimpin dalam pasar. Strategi yang dijalankan oleh perusahaan harus menimbulkan minat beli bagi konsumen, dengan adanya minat ini tentu akan mendorong konsumen untuk memilih produk tersebut sebagai pilihannya.

Di Indonesia banyak perusahaan yang bersaing untuk menawarkan berbagai produk kepada konsumen salah satunya adalah industri minuman. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya produk minuman yang dijual dipasar dan dimall. Salah satu perusahaan minuman yang banyak peminatnya adalah perusahaan minuman Chatime. Chatime berupaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan membuat produk minuman yang inovatif dan beragam jenisnya.

Selain mampu mengembangkan produknya, Chatime juga memperhatikan kemasan di setiap produk yang mereka jual. Karena kemasan itu sangat penting agar mampu menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, peneliti memilih untuk meneliti tentang **“Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Produk Chatime di Surakarta”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap minat beli produk Chatime di Surakarta?
2. Apakah kemasan berpengaruh terhadap minat beli produk Chatime di Surakarta?
3. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap minat beli produk Chatime di Surakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, maka peneliti ingin menganalisis tentang pengaruh beberapa variabel terhadap minat beli produk chatime. Maka tujuannya adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap minat beli produk Chatime di Surakarta.

2. Menganalisis pengaruh kemasan terhadap minat beli produk Chatime di Surakarta.
3. Menganalisis pengaruh variasi produk terhadap minat beli produk Chatime di Surakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari adanya penelitian ini diharapkan agar dapat mempunyai manfaat sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini dapat menambah ilmu wawasan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan inovasi produk, kemasan dan variasi produk terhadap minat beli.
- b. Dapat menjadi bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam terkait dengan permasalahan terkait.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi dari sudut pandang konsumen kepada perusahaan Chatime dalam upaya perbaikan serta peningkatan pemasaran produk melalui inovasi produk, kemasan dan variasi produk.
- b. Bagi penulis penelitian ini selain bermanfaat untuk menjadi salah satu syarat meraih gelar sarjana manajemen juga dapat menambah wawasan serta pengetahuan.

## **E. Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan penelitian ini, telah dirancang sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

### **1. Bagian Awal**

Pada bagian ini, beberapa yang dimuat adalah halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman motto, halaman persembahan, halaman abstraksi, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, tabel, dan gambar, serta daftar lampiran.

### **2. Bagian Inti**

Pada bagian inti, merupakan penjabaran dari bab dan sub bab penelitian, terdiri dari empat bab, yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I           PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan bagaimana sistematika penulisannya.

#### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab kedua akan diuraikan secara lebih dalam terkait landasan pemikiran dalam penelitian. Dalam bab ini menjelaskan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

#### **BAB III          METODE PENELITIAN**

Pada bab yang ketiga, berisi uraian tentang metode penelitian seperti lokasi penelitian, jenis penelitian, teknik pengambilan sampel, definisi operasional variabel, data penelitian, alat analisis, dan metode analisis data.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan. Bab ini akan melaporkan hasil dari pengolahan data penelitian. Beberapa hal yang dibahas dalam penelitian ini, antara lain gambaran perusahaan, karakteristik responden, analisis data, dan yang terakhir adalah pembahasan.

#### BAB V PENUTUP

Pada bab yang terakhir akan dibahas mengenai kesimpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.

### 3. Bagian Akhir

Pada bagian ini digunakan untuk mengakhiri penulisan penelitian yang berisi halaman daftar pustaka dan halaman lampiran.