

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan dunia industri di Indonesia maka semakin banyak pula berdiri industri air minum dalam kemasan (AMDK) yang bermuculan. Semakin banyaknya persaingan industri air minum dalam kemasan perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat. Oleh karena itu banyak perusahaan yang berdiri dan memberikan inovasi-inovasi terbarunya untuk menarik perhatian para konsumen. Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan memberikan kualitas produk yang terbaik kepada konsumen. Kualitas produk merupakan hal yang penting bagi konsumen sebelum memilih suatu produk, maka dari itu para perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas produk.

Suatu produk dapat memuaskan konsumen bila dianggap mempunyai kualitas yang tinggi atau baik. Memberikan kualitas yang terbaik adalah salah satu kewajiban perusahaan agar diminati para konsumen. Kesan kualitas memberikan nilai tersendiri dalam beberapa bentuk diantaranya adalah alasan untuk membeli. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi (Tata et. al, 2000). Akan tetapi, suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan lebih baik bukanlah merupakan

suatu produk dengan kualitas tertinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar.

PT. Amerta Indah Otsuka merupakan sebuah perusahaan yang memasarkan produk minuman Pocari Sweat di Indonesia. Pada tahun 1991 Otsuka Pharmaceutical Co., Ltd mendirikan PT. Amerta Indah Otsuka dengan membuka pabriknya di Lawang, Malang, Jawa Timur yang memproduksi Pocari Sweat dengan dipimpin presiden direktornya Yoshihiro Bando. Pada tahun 2007 dibangun pabrik baru dengan fasilitas produksi PET (minuman kemasan botol) untuk memproduksi Pocari Sweat dalam bentuk botol. Dengan biaya investasi lebih dari Rp. 100 miliar, pabrik tersebut memiliki kapasitas produksi sebesar 250.000 botol per jam. Produk Pocari Sweat sampai saat ini masih terus berkembang.

Saat ini air minum dalam kemasan (AMDK) banyak diminati masyarakat karena dianggap sangat praktis. Selain itu air minum dalam kemasan juga memiliki daya tarik tersendiri karena ada berbagai macam rasa yang ditawarkan, seperti halnya Pocari Sweat yaitu minuman isotonik pertama di Indonesia yang menawarkan manfaat terhindar dari dehidrasi. Kemunculan Pocari Sweat sendiri disambut baik oleh konsumen karena berbeda dengan air minum dalam kemasan yang lain. Hal ini membuat perusahaan lain berminat untuk membuat produk yang memiliki manfaat sama dengan Pocari Sweat. Hingga kini bermunculan minuman isotonik lain yang menawarkan berbagai macam harga.

Pengertian harga menurut Kotler (2009) harga adalah jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Penetapan harga merupakan

hal yang menunjang keberhasilan profit perusahaan. Harga merupakan bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Namun dalam menetapkan harga tidaklah mudah, dengan harga yang mahal hanya dapat meningkatkan pendapatan dalam jangka waktu pendek, dan tidak terjangkau oleh konsumen. Sebelum memilih produk konsumen cenderung lebih mempertimbangkan harga terlebih dahulu, bagi konsumen harga dapat menyebabkan perpindahan pembelian produk. Harga yang terlalu tinggi juga akan menyebabkan konsumen beralih pada produk pesaing.

Konsumen pada dasarnya memiliki banyak kriteria sebelum membeli suatu produk. Banyak yang harus dipertimbangkan para konsumen salah satunya adalah melihat dari promosi suatu produk, jika dianggap menarik konsumen akan mempertimbangkan produk tersebut. Promosi merupakan daya pikat suatu produk agar konsumen tertarik untuk membeli, apa bila konsumen tertarik untuk membeli produk yang di promosikan maka bisa disimpulkan bahwa promosi produk itu berhasil. Jika promosi dirasa berhasil maka permintaan pasar akan suatu produk tersebut akan meningkat. Promosi juga menjadi tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan. Selain itu sebelum konsumen membeli produk Pocari Sweat mungkin akan merasa bingung karena adanya persaingan minuman isotonik yang mempunyai manfaat hampir sama dengan pocari sweat.

Namun karena Pocari sweat merupakan produk isotonik pertama di indonesia sehingga pocari sweat sudah memiliki tempat di hati para konsumen. Sebelum membeli air minum isotonik mungkin konsumen akan mempertimbangkan merek dari produk yang akan dibeli atau dipilih konsumen.

Menurut William J. Stanton (dalam Freddy Rangkuti, 2002) merek adalah nama, istilah, simbol, atau desain khusus, atau beberapa kombinasi unsur-unsur ini yang ditawarkan penjual. Sedangkan menurut (Tjiptono 2006) merek merupakan nama, istilah, tanda atau lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing. Merek merupakan identitas suatu produk, bagi konsumen produk yang terkenal di pasaran dirasa lebih aman dari pada merek yang baru muncul dipasaran.

Keputusan pembelian yang tinggi dapat mengakibatkan tingginya permintaan pasar sehingga keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan semakin tinggi. Jika suatu perusahaan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian serta dapat menganalisis konsumen dalam mempersiapkan kualitas produk, harga, pengaruh iklan atau promosi dan sebagainya maka dalam persaingan perusahaan dapat menjadi lebih unggul dan dapat menguntungkan juga bagi pihak perusahaan itu sendiri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pocari Sweat?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pocari Sweat?

3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pocari Sweat?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Pocari Sweat. Sedangkan secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Pocari Sweat.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Pocari Sweat.
3. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Pocari Sweat.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan Pengaruh keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan informasi mengenai kualitas produk, harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Pocari Sweat.

E. Sistematika Penulisan Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (manfaat praktis dan teoritis), sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang teori yang berupa pengertian dan definisi yang dikutip dari beberapa literatur-literatur yang diantaranya literatur nasional dan internasional yang akan mendorong untuk mendukung penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini diuraikan secara singkat mengenai lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan penelitian berisikan tentang deskripsi lokasi penelitian menggambarkan tentang lokasi penelitian, penyajian dan analisis data menggambarkan perlakuan data dalam tabel-tabel dan kalimat-kalimat, interpretasi data mengungkapkan tentang penafsiran berdasarkan hasil penyajian dan analisa data berdasarkan teori-teori.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan menyajikan pemaknaan secara terpadu terhadap hasil penelitian yang telah diperoleh. Bentuk-bentuk penulisan kesimpulan dapat berupa butir-butir maupun bentuk esai padat. Dari kesimpulan selanjutnya penulis dapat memberikan saran-saran atau rekomendasi.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN