

BAB I

PENDAHULUAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Pada era modernisasi ini, minuman kekinian sangatlah digemari oleh seluruh masyarakat di Indonesia, bahkan di dunia. Minuman kekinian seperti bubble tea dan cheese tea sudah menjadi tren bagi kaum milenial. Minuman berbahan dasar kopi juga sangat digemari oleh masyarakat. Tren tersebut memberikan peluang bagi perusahaan untuk menyediakan keinginan dari masyarakat. Perusahaan yang bergerak dalam industri ini tidaklah sedikit. Ketatnya persaingan membuat perusahaan berusaha semakin keras untuk dapat bersaing dan mendapatkan konsumen.

Seiring dengan ketatnya persaingan tersebut, konsumen pun mulai memilih perusahaan terbaik menurut preferensi mereka masing-masing. Salah satu perusahaan yang ikut bersaing dalam persaingan tersebut adalah GOOMA. GOOMA merupakan brand lokal yang berspesialisasi di matcha dan teh. Itulah yang membuat GOOMA berbeda dari perusahaan yang lainnya. Perusahaan banyak yang mengikuti tren bubble tea, cheese tea, dan kopi, tetapi GOOMA tidak ingin mengikuti tren tersebut. GOOMA ingin membawa dan mengedukasi matcha kepada masyarakat di Indonesia. Berikut data dari *google trend* mengenai matcha dalam 2 tahun terakhir :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.1
Minat Masyarakat



Pada Gambar 1.1, dapat dilihat bahwa dalam 2 tahun terakhir, minat masyarakat terhadap matcha mengalami peningkatan yang sangat pesat. Dalam data yang didapatkan, saat ini minuman matcha berada di puncak popularitas dibandingkan dengan popularitas 2 tahun sebelumnya. Matcha adalah teh hijau bubuk yang bertekstur seperti kapur akibat hasil akhir dari penggilingan yang biasanya digunakan pada upacara minum teh formal di Jepang (Tokunaga, 2016). Matcha sendiri mempunyai banyak sekali khasiat yang belum banyak diketahui oleh masyarakat. Maka dari itu GOOMA mempunyai visi untuk mengenalkan matcha kepada masyarakat. Di tengah-tengah persaingan minuman kekinian, GOOMA memberanikan diri mengambil resiko untuk menjadi berbeda dari para pesaingnya yang lain.

Gambar 1.2
Logo GOOMA



since 2016

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Banyak sekali faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan pembelian suatu produk. Dalam memasarkan produknya, GOOMA sangat memperhatikan kualitas dari produk yang akan diberikan ke konsumen. Tiap minuman yang sudah dibuat akan di cek terlebih dahulu kualitasnya, baru kemudian diberikan kepada pelanggan. Kualitas dari suatu produk menunjukkan mutu dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yaitu citra merek dari produk tersebut, yaitu pandangan dari konsumen dari merek tersebut secara keseluruhan. GOOMA membangun citra merek yang “classy” dengan target pasar yaitu menengah ke atas. Hal ini pun tentu berdampak terhadap harga yang ditetapkan dalam penjualan produk menjadi lebih tinggi untuk menyesuaikan dengan target pasar. Tentu saja hal ini menjadi pertimbangan bagi pelanggan apakah dengan citra merek yang dibangun dan juga harga yang ditawarkan tersebut sesuai dengan produk yang ditawarkan, sehingga mereka dapat memutuskan produk tersebut menarik untuk dibeli atau tidak. Maka berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan GOOMA Tea Bar Mal Kelapa Gading di Jakarta Utara”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan ilustrasi latar masalah diatas, maka beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk GOOMA Tea Bar?



2. Bagaimana citra merek GOOMA Tea Bar?
3. Bagaimana harga di GOOMA Tea Bar?
4. Bagaimana keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar?
5. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar?
6. Apakah citra merek mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar?
7. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar?

C. Batasan Masalah

Untuk lebih mengarahkan penelitian ini, peneliti membatasi permasalahan yang akan dibahas pada :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar?
2. Apakah citra merek mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar?
3. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar?

D. Batasan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan peneliti memiliki batasan-batasan sebagai berikut:

1. Objek yang akan diteliti adalah GOOMA Tea Bar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Subjek yang akan diteliti adalah konsumen yang mengkonsumsi produk GOOMA Tea Bar
3. Variabel yang akan diteliti adalah kualitas produk, citra merek, harga, dan keputusan pembelian.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah : “Apakah kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk GOOMA Tea Bar Mal Kelapa Gading di Jakarta Utara?”

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



G. Manfaat Penelitian

Ⓒ Dengan diadakannya penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi instansi-instansi yang bersangkutan sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Digunakan sebagai tambahan pengetahuan, pengalaman, baik teori maupun praktek melalui proses penelitian serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada masyarakat

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar serta masukan bagi perusahaan sebagai informasi pemasaran dan pertimbangan untuk menyusun program-program pemasaran di masa yang akan datang, seperti :

- a. Membantu perusahaan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian GOOMA Tea Bar MKG.
- b. Sebagai bahan pertimbangan dan juga masukan bagi perusahaan untuk menganalisa baik atau tidaknya kualitas produk yang diberikan kepada konsumen.
- c. Memberikan informasi berdasarkan “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian GOOMA Tea Bar MKG”.
- d. Memberikan rekomendasi yang bersifat saran untuk meningkatkan kualitas produk, citra merek, dan harga sehingga meningkatkan keputusan pembelian GOOMA Tea Bar MKG.

3. Bagi Pihak Lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian dan juga dapat digunakan sebagai masukan maupun informasi yang dapat bermanfaat.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

