

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis minuman dan makanan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Drastisnya peningkatan bisnis makanan dan minuman dapat ditinjau dari pesatnya pertumbuhan perusahaan yang kebanyakan berjalan di bidang makanan dan minuman. Minuman juga merupakan kebutuhan yang dibutuhkan manusia dalam kehidupan sehari-harinya. Adapun contoh jenis minuman yang beredar di pasaran seperti minuman yang siap diminum atau biasanya disebut *ready to drink*, sirup, minuman serbuk, air minum yang dalam kemasan dan lain sebagainya.

Pada saat ini, salah satu produk minuman yang paling banyak diproduksi adalah minuman dalam bentuk serbuk. Minuman dalam bentuk serbuk merupakan minuman yang dalam bentuk butiran bubuk yang harus ditambahkan dengan air baru bisa disajikan. Adapun kelebihan dalam minuman serbuk ini yaitu umur kadaluarsanya lebih lama karena minuman serbuk ini memiliki kadar air yang sangat rendah.

MaxTea Tarikk merupakan minuman berjenis teh tarik yang sudah lama dijual dengan kualitas rasa yang tidak pernah diragukan. Rasa dan aroma dari MaxTea Tarikk ini sangat pas, gabungan antara rasa krim, teh, susu dan gula serta ditambah dengan sedikit rasa buih di dalamnya, Minuman ini dapat kita nikmati dalam bentuk panas maupun dingin sesuai dengan keinginan dari beda-

beda orang. Selain MaxTea Tarikk dalam produk MaxTea juga memiliki varian rasa lainnya yaitu MaxTea Lemon Tea, MaxTea Apple Tea, MaxTea Peach Tea dan MaxTea Tarikk + Jahe.

Produk MaxTea diproduksi oleh PT Sari Incofood Corporation, yang merupakan perusahaan produsen minuman kopi, teh, *cereal*, *creamer* dan *cocoa*. PT Sari Incofood Corporation juga merupakan pemilik produk merek Indocafe, *Javacafe*, *Chococino*, *Express Cafe*, *Indocreamer* dan *Maxcreamer*. PT Sinar Mitra Usaha merupakan perusahaan distributor produk MaxTea, yang menjual produk tersebut kepada *retailer* (pengecer) dan konsumen akhir dengan penjualan secara tunai dan kredit.

Dalam kegiatan pemasaran, bagian yang bernilai penting salah satunya yaitu dari citra merek, sejumlah penelitian membuktikan bahwa aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu dari citra merek (Wijaya & Purba, 2020: 850). Keputusan pembelian adalah langkah pada proses menetapkan keputusan untuk membeli dan konsumen serius untuk melakukan pembelian (Hadiyati, 2020: 91). Jika konsumen mempunyai citra yang positif dengan suatu produk, maka akan lebih menyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian (Rosa Indah, Afalia, & Maulida, 2020: 84). Produk MaxTea Tarikk merupakan produk yang sudah lama dipasarkan dan sudah diketahui banyak orang, namun sampai saat ini merek produk Maxtea masih belum masuk ke dalam kategori Top Brand Award. Pada saat ini juga terdapatnya persaingan produk teh tarik instan seperti Sariwangi Milk Tea Teh Tarik, Nestea Teh Tarik, Prenjak Teh Tarik dan

Tong Tji Tematik Teh Tarik, maka dari itu penjualan produk MaxTea Tarikk bisa tersaingkan oleh produk-produk tersebut.

Selain dari citra merek, kualitas produk juga merupakan hal yang dinilai oleh konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk karena suatu produk yang mempunyai kualitas bagus dapat melengkapi dan memuaskan kebutuhan konsumen yang memakai produk tersebut (Puspita & Rahmawan, 2021: 100). Produk MaxTea Tarikk yang diolah dari daun teh dengan kualitas yang baik, diproduksi serta diawasi dengan ketat agar para konsumen yang mengonsumsi teh dapat merasakan rasa yang diinginkan serta dengan kualitas rasa yang baik, akan tetapi penjualan produk MaxTea Tarikk di PT Sinar Mitra Usaha terdapatnya pengembalian produk MaxTea Tarikk atau *return* dari pelanggan, dikarenakan dari produk tersebut mengalami kerusakan seperti kemasan produknya yang bocor dan masuk angin maka serbuk dalam produk MaxTea Tarikk tersebut mengeras dan tidak bisa dikonsumsi lagi.

Tabel 1. 1 Data Pengembalian Produk (*Return*) MaxTea Tarikk

Tahun	Jumlah (<i>Sachet</i>)
2018	24
2019	27
2020	32

Sumber : PT Sinar Mitra Usaha, 2021

Untuk menaikkan volume penjualan perusahaan yang maksimum, PT Sinar Mitra Usaha juga selalu berusaha menjalankan beberapa strategi penjualan, strategi yang diterapkan perusahaan tentu saja masih memiliki kekurangan, seperti kurang dalam menjelaskan produknya secara rinci sehingga konsumen masih

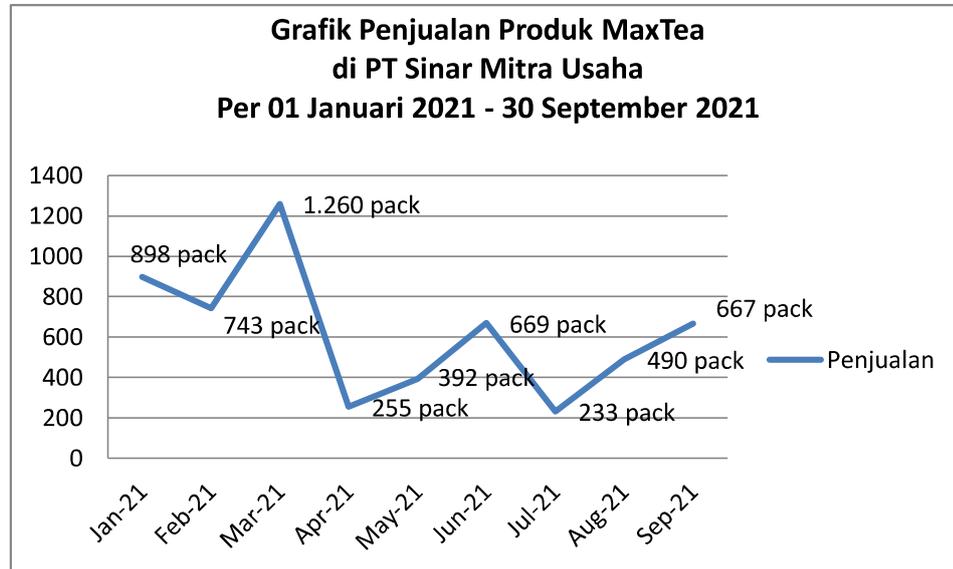
binggung dalam memilih produknya. Dalam kegiatan penjualan pribadi juga merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan. Penjualan pribadi yang dilakukan oleh PT Sinar Mitra Usaha yaitu menggunakan tenaga kerja *salesman* dan *sales promotion girl* dengan melakukan penawaran produk dan menjelaskan informasi terkait dengan produk yang ditawarkan kepada calon pembeli.

Tabel 1.2 Data penjualan produk MaxTea Tarikk PT Sinar Mitra Usaha

Tahun	Data Penjualan (<i>Pack</i>)	Persentase (%)
2018	5.135	0%
2019	7.389	44%
2020	6.104	-17%

Sumber : PT Sinar Mitra Usaha, 2021

Tabel di atas merupakan data penjualan produk MaxTea Tarikk di PT Sinar Mitra Usaha, penjualan pada tahun 2018 hingga 2019 mengalami peningkatan sebesar (+44%) kemudian pada tahun 2019 hingga 2020 mengalami penurunan sebesar (-17%), penurunan volume penjualan tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam membeli menjadi menurun. Hal tersebut bisa disebabkan dari tim *salesman* dan *sales promotion girl* yang kurang dalam kegiatan mempromosikan dan menawarkan produk MaxTea Tarikk kepada calon pembeli untuk melakukan pembelian maka volume penjualan produk tersebut menjadi menurun.



Gambar 1.1 Penjualan Periode 01 Januari 2021 - 30 September 2021

Sumber : PT Sinar Mitra Usaha, 2021

Dari data di atas dapat dilihat bahwa pada bulan Januari 2021 hingga bulan Februari 2021 penjualan produk MaxTea di PT Sinar Mitra Usaha mengalami penurunan sebesar (-17%), pada bulan Februari 2021 hingga bulan Maret 2021 mengalami peningkatan penjualan sebesar (+70%), pada bulan Maret 2021 hingga bulan April 2021 mengalami penurunan penjualan sebesar (-80%), kemudian dari bulan April 2021 hingga bulan Mei 2021 mengalami peningkatan penjualan sebesar (+54%), pada bulan Mei 2021 hingga bulan Juni 2021 mengalami peningkatan penjualan sebesar (+71%), pada bulan Juni 2021 hingga bulan Juli 2021 mengalami penurunan penjualan sebesar (-65%), pada bulan Juli 2021 hingga bulan Agustus 2021 mengalami peningkatan penjualan sebesar (+110%), pada bulan Agustus 2021 hingga bulan September 2021 mengalami peningkatan penjualan sebesar (+36%). Jadi, peneliti melakukan penelitian ini karena ingin

mengetahui apakah tingkat volume penjualan dari suatu perusahaan bisa dipengaruhi oleh citra merek, kualitas produk dan penjualan pribadi. Dengan demikian, bisa membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualannya pada tahun berikutnya.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah penulis uraikan, maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan dengan melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Jadi dari latar belakang sebelumnya kita dapat menyimpulkan identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Terdapat persaingan yang kuat terhadap produk yang sejenis, maka membuat pelanggan dihadapkan pada banyak pilihan.
2. Terdapat pengembalian produk MaxTea Tarikk atau *return* dari pelanggan dikarenakan produk tersebut mengalami kerusakan.
3. Tim tenaga kerja *salesman* dan *sales promotion girl* kurang dalam mempromosikan dan menawarkan produk MaxTea Tarikk kepada calon pelanggan, sehingga volume penjualan produk MaxTea Tarikk bisa mengalami penurunan.
4. Volume penjualan produk MaxTea Tarikk di PT Sinar Mitra Usaha pada setiap bulan mengalami kenaikan dan penurunan.

1.3. Pembatasan Masalah

Menurut permasalahan yang sudah dibahas di atas maka membuat pembatasan masalah, yaitu:

1. Variabel dalam penelitian ini yaitu meliputi citra merek, kualitas produk, penjualan pribadi dan keputusan pembelian.
2. Objek pada penelitian ini adalah PT Sinar Mitra Usaha.
3. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk MaxTea Tarikk di PT Sinar Mitra Usaha.

1.4. Rumusan Masalah

Supaya dalam pembentukan hasil penelitian dapat memfokus pada pokok permasalahan dan bisa dibuat instruktur dalam menjalankan penelitian, sehingga dari pembatasan masalah bisa di rincikan perumusan masalah, yaitu :

1. Apakah citra merek mempunyai pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha?
2. Apakah kualitas Produk mempunyai pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha?
3. Apakah penjualan pribadi mempunyai pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha?
4. Apakah citra merek, kualitas produk dan penjualan pribadi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat diuraikan tujuan dari penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Agar bisa mengetahui apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk MaxTea Tarikk pada PT Sinar Mitra Usaha.
2. Agar bisa mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk MaxTea Tarikk pada PT Sinar Mitra Usaha.
3. Agar bisa mengetahui apakah terdapat pengaruh penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian Produk MaxTea Tarikk pada PT Sinar Mitra Usaha.
4. Agar bisa mengetahui apakah terdapat pengaruh citra merek, kualitas produk, dan penjualan pribadi secara simultan terhadap keputusan pembelian produk MaxTea Tarikk pada PT Sinar Mitra Usaha.

1.6. Manfaat Penelitian

Terdapat sebagian fungsi dan manfaat dari penelitian yang dilaksanakan, sebagai berikut :

1.6.1. Manfaat Teoritis

Bisa dipergunakan untuk perbandingan dengan penelitian Selanjutnya, dan dapat digunakan sebagai bacaan bagi penelitian berikutnya yang berkaitan pada pengaruh citra Merek, kualitas produk, Dan penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian. Serta dapat memberi tambahan wawasan dan kajian mengenai

pengaruh citra merek, kualitas produk dan penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian produk MaxTea Tarikk pada PT Sinar Mitra Usaha.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Untuk Penulis

Bermanfaat untuk mendapatkan berbagai pengalaman, pengetahuan dan wawasan sebagai penerapan pengetahuan yang telah dipelajari untuk dilaksanakan di lingkungan masyarakat.

2. Untuk Perusahaan

Sebagai arahan untuk pengambilan kebijakan perusahaan di masa kemudian dan perusahaan bisa mengetahui strategi apa yang harus ditingkatkan dalam memasarkan produk.

3. Untuk Universitas Putera Batam

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi dokumen akademik yang bermanfaat untuk dijadikan sebagai acuan dalam civitas akademika.

4. Untuk Peneliti Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat membagikan ilmu pengetahuan, serta bisa untuk dijadikan sebagai sumber referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang terkait dengan manajemen pemasaran.