

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam yang sangat kaya. Air merupakan sebuah kebutuhan sehari-hari sehingga dikenal sebagai kebutuhan pokok utama. Kebutuhan air bersih di Indonesia cukup besar dikarenakan Indonesia memiliki banyak penduduk yang membutuhkannya. Salah satu kota di Indonesia yaitu kota Batam. Kota Batam merupakan kota yang cukup banyak penduduknya karena banyak yang melakukan perantauan kerja di kota Batam. Pembangunan di daerah perkotaan Batam sangat banyak sehingga mengakibatkan lahan terbuka hijau semakin berkurang. Hal tersebut berdampak bagi penduduk untuk memiliki air bersih yang layak untuk dikonsumsi.

Masalah ini menjadi peluang bisnis bagi para pembisnis untuk menjadikan sebagai sumber penjualan agar meningkatkan pendapatan pembisnis. Salah satu peluang yang bisa di ambil yaitu menyediakan air minum dalam kemasan. Penjualan air minuman dalam kemasan bisa menjadi persaingan yang cukup besar. Dalam pasar persaingan penjualan air minuman dalam kemasan memiliki banyak merek seperti Aqua, Sandford, Nestle, Ades, Le Minerale, Vit, Amidis dan lainnya.

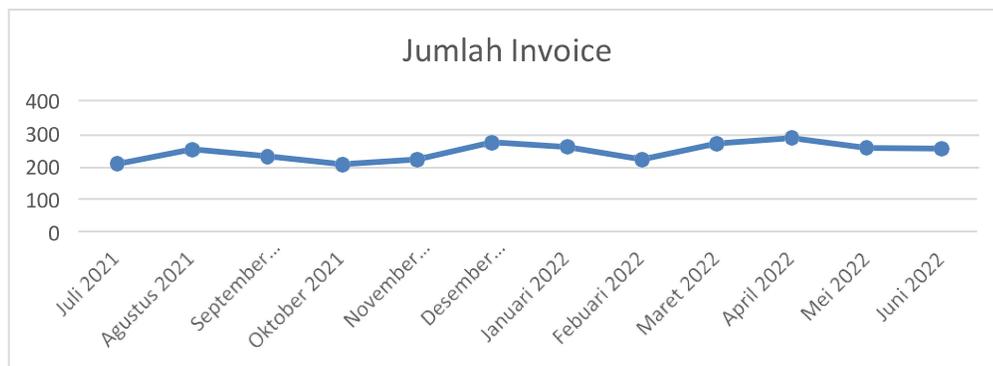
Terdapat salah satu perusahaan di Batam yang bernama perusahaan dengan nama PT Guna Cipta Karsa Mandiri. Perusahaan bergerak di bidang supplier Aqua di Kota Batam. Mineral AQUA berasal dari sumber mata air yang terpilih. AQUA hadir pada kemasan botol plastik 330 ml, 600 ml, 750 ml, 1500 ml

dan kemasan gelas plastik 220 ml serta kemasan galon 19 liter untuk mencukupi kebutuhan penduduk dalam menjalankan aktivitasnya.

Terdapat beragam merek seperti Aqua, Sandford, Nestle, Ades, Le Minerale, Vit, Amidis dan lainnya dalam persaingan penjualan air minuman dalam kemasan. PT Guna Cipta Karsa Mandiri menjadi supplier Aqua dikarenakan Aqua sudah menjadi merek yang terpercaya bagi masyarakat Indonesia. Aqua awalnya didirikan oleh Pak Tirta Utomo pada tahun 1973 dengan pabrik pertamanya di Bekasi. Aqua melakukan penjualan secara nasional di seluruh provinsi yang ada di Indonesia. Pada setiap toko penjualan bahan pokok, restoran dan tempat publik lainnya, akan sangat mudah untuk masyarakat untuk membeli minuman dengan merek Aqua.

PT Guna Cipta Karsa Mandiri mengetahui jika sebuah perusahaan ingin berdiri jangka panjang perlu adanya konsumen yang ingin melakukan pembelian pada perusahaan. Keputusan pembelian konsumen sangat berperan bagi perusahaan untuk bertahan hidup dan mendapatkan keuntungan. Keputusan pembelian dikenal sebagai sejenis teknik yang diambil perusahaan dalam mengukur pandangan konsumen mengenai produk ataupun jasa yang ditawarkan perusahaan berkaitan dengan harapan dan kesadaran serta keperluan yang dibutuhkan atas produk yang bisa meningkatkan rasa untuk memiliki sebuah produk hingga proses pembelian berdasarkan pandangan Marlina dalam (Veronika & Hikmah, 2020). Perusahaan menjadi supplier dengan orderan pasokan yang besar. Biasanya melakukan penjualan kepada perusahaan lain, restoran, hotel, *minimarket*, pasar dan lainnya.

Perusahaan melakukan pencatatan penjualan pertransaksi yang bisa dilihat pada grafik berikut:



Sumber: PT Guna Cipta Karsa Mandiri

Gambar 1.1 Jumlah Invoice Penjualan

Perusahaan melakukan pencatatan penjualan perinvoice. Pada bulan Juli 2021 perusahaan memiliki penjualan sebanyak 212 invoice. Bulan Agustus 2021 perusahaan memiliki penjualan sebanyak 256 invoice. Bulan September 2021 perusahaan memiliki penjualan sebanyak 235 invoice. Bulan Oktober 2021 perusahaan memiliki penjualan sebanyak 211 invoice. Bulan November 2021 perusahaan memiliki penjualan sebanyak 225 invoice. Desember 2021 perusahaan memiliki penjualan sebanyak 278 invoice. Januari 2022 perusahaan memiliki penjualan sebanyak 264. Februari 2022 perusahaan memiliki penjualan sebanyak 225. Maret 2022 perusahaan memiliki penjualan sebanyak 274. April 2022 perusahaan memiliki penjualan sebanyak 291. Mei 2022 perusahaan memiliki penjualan sebanyak 261. Juni 2022 perusahaan memiliki penjualan sebanyak 259. Rata-rata penjualan pertahun yang ada pada perusahaan sekitar 249 penjualan. Perusahaan mengalami penjualan yang kurang stabil karena mengalami kenaikan dan penurunan penjualan pada setiap bulannya.

Keputusan pembelian pada sebuah perusahaan bisa dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk sebuah produk. Pada citra merek, perusahaan memilih produk minuman dengan merek Aqua dikarenakan Aqua sudah menjadi merek yang terpercaya bagi masyarakat Indonesia. Citra merek dikenal sebagai sebuah pandangan dari masyarakat mengenai produk yang dijual oleh perusahaan (Pasaribu, 2022). Pandangan konsumen pada sebuah merek sangat penting bagi perusahaan untuk memasarkan produk tersebut. Masyarakat juga selalu percaya pada merek Aqua. Berkembangnya waktu penjualan minuman mineral ini memiliki persaingan yang kuat, seperti pada Kota Batam memiliki banyak merek lainnya yang bersaing dalam menarik perhatian konsumen. Aqua memang dikenal sebagai merek yang terpercaya dalam skala besar, tetapi kadang kala dikarenakan skala besar cenderung sulit untuk perusahaan mempertahankan citra tersebut. Konsumen cenderung memilih produk yang mempunyai citra merek positif sehingga perusahaan perlu memastikan bahwa Aqua selalu siap untuk mempertahankan pandangan masyarakat kepada merek Aqua.

Faktor lain yang menjadi penyebab pembawa pengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu kualitas produk. PT Guna Cipta Karsa Mandiri berperan sebagai *supplier* bukan sebagai produksi, tetapi setiap melakukan pemasokan dan penjualan barang kepada konsumen. Perusahaan selalu melakukan pengecekan agar produk yang diterima konsumen memiliki kualitas yang bagus. PT Guna Cipta Karsa Mandiri melakukan pengecekan kualitas, seperti:

Tabel 1.1 Cek Kualitas

Bulan	Jumlah Cek (Dus)	Pecah (Dus)	Tidak Tersegel (Dus)
Juli 2021	3000 Dus	15 Dus	10 Dus
Oktober 2021	3000 Dus	21 Dus	15 Dus

Januari 2022	3000 Dus	17 Dus	12 Dus
April 2022	3000 Dus	23 Dus	26 Dus

Sumber: PT Guna Cipta Karsa Mandiri, 2022

Pencatatan di atas dapat diketahui perusahaan selalu melakukan pengecekan barang tetapi PT Guna Cipta Karsa Mandiri juga pernah menerima komplain mengenai kualitas produk pada minuman Aqua seperti kondisi botol pecah dan botol tidak tersegel. Permasalahan yang ada, pihak perusahaan perlu segera melakukan penyelesaian agar penjualan perusahaan bisa meningkat sehingga perusahaan bisa berjalan lebih lama dan semakin kuat di pasar persaingan.

Atas penjelasan latar belakang di atas, penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti lebih dalam mengenai topik yang dibahas, karena itu penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Guna Cipta Karsa Mandiri.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini berdasarkan pembahasan yang dilakukan dalam latar belakang masalah:

1. Perusahaan mengalami kasus yang kurang stabil dalam sektor penjualan karena mengalami kenaikan dan penurunan penjualan pada setiap bulannya.
2. Konsumen cenderung memilih produk yang mempunyai citra merek positif sehingga perusahaan perlu memastikan bahwa Aqua selalu siap untuk mempertahankan pandangan masyarakat kepada merek Aqua.

3. Pengecekan kualitas barang dilakukan perusahaan tetapi PT Guna Cipta Karsa Mandiri juga pernah menerima komplain mengenai kualitas produk pada minuman Aqua seperti kondisi botol pecah, botol tidak tersegel.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah diatas, dan dikarenakan keterbatasan waktu dan pengetahuan penelitian sehingga dilakukan pembatasan masalah, penulis membatasi pembahasannya pada pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan juga batasan masalah, dapat disusun rumusan masalah yaitu:

1. Apakah citra merek membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Guna Cipta Karsa Mandiri?
2. Apakah kualitas produk membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Guna Cipta Karsa Mandiri?
3. Apakah citra merek dan kualitas produk membawa pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Guna Cipta Karsa Mandiri?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT Guna Cipta Karsa Mandiri.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Guna Cipta Karsa Mandiri.
3. Mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Guna Cipta Karsa Mandiri.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dijalankan penulis diharapkan membawa manfaat bagi pihak yang membutuhkan. Penelitian ini bertujuan agar dapat menjadi pedoman oleh penulis dan juga untuk menambah pengetahuan dari variabel-variabel yang diteliti. Manfaat dapat dibedakan menjadi dua sebagai berikut

1.6.1 Secara Teoritis

Manfaat teoritis digunakan untuk menentukan apakah teori yang digunakan masih relevan secara umum.

1.6.2 Secara Praktis

Manfaat praktis bagi perusahaan untuk dapat mengatasi masalah adalah seperti bagaimana meningkat citra merek produk agar bisa meningkatkan penjualan dan bagaimana mempertahankan kualitas produk yang diterima konsumen bisa lebih baik.