

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi dan persaingan dalam industri makanan dan minuman yang semakin tinggi, setiap perusahaan dituntut untuk menghadapi berbagai tantangan serta memanfaatkan berbagai peluang-peluang untuk dapat mempertahankan serta tidak kalah bersaing dengan perusahaan lainnya. Ketatnya persaingan membuat para pelaku bisnis berusaha untuk memajukan dan mempertahankan bisnis mereka melalui berbagai strategi pemasaran.

Dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut bauran pemasaran (*marketing mix*) yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Strategi pemasaran yang dikembangkan dalam hal ini berupa bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diantaranya adalah harga dan *celebrity endorser*.

Produk Esprecielo Allure merupakan produk teh hijau asli Jepang (*matcha*) yang dipadukan dengan susu yang rendah lemak dengan aroma yang wangi disertai susu yang manis dan lembut menjadikan Esprecielo Allure memiliki kualitas tersendiri serta menjadi pembeda dengan produk-produk teh pasaran yang terbilang lebih banyak dan lebih murah. Sehingga, kualitas rasapun jauh melebihi produk teh yang lebih murah.

Pengertian harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan

agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual.

Masalah penentuan harga jual merupakan masalah yang penting serta seringkali sulit dan rumit. Pada umumnya konsumen menghendaki produk barang/jasa yang bermutu tinggi dengan harga yang relatif murah. Jika harga jual dirasa terlalu tinggi dapat mengakibatkan konsumen memilih produk atau jasa yang ditawarkan pesaing. Sedangkan jika harga jual dirasa terlalu rendah maka perusahaan akan mengalami kerugian. Prinsip dasar dalam penentuan harga jual adalah harga jual harus cukup untuk menutup semua biaya dan menghasilkan laba.

Masalah yang sering terjadi di dalam industri makanan dan minuman adalah masalah persaingan harga. Masyarakat yang tidak pernah mengkonsumsi produk Esprecielo Allure kerap menjadikan harga sebagai masalah pada saat ingin membeli produk tersebut. Harga produk Esprecielo Allure yang tergolong mahal dibandingkan produk teh lainnya menjadikan produk Esprecielo Allure kurang diminati konsumen. Banyaknya jenis teh yang dipasarkan di masyarakat menjadikan konsumen lebih memilih teh jenis lain dengan harga yang lebih terjangkau untuk dikonsumsi setiap harinya. Berikut ini data harga teh hijau dalam kemasan siap minum tahun 2016.

Tabel 1.1 Data Harga Teh Hijau dalam Kemasan Siap Minum Tahun 2016

Merek	Harga
Nu Green Tea 330ml	Rp 3.000
Frestea Green 500ml	Rp 5.000
Ichi Ocha 350ml	Rp 2.800

Tabel 1.1 Lanjutan

Joy Tea 500ml	Rp 5.100
Pokka Green Tea 500ml	Rp 5.800
Esprecielo Allure Green Tea Latte 330ml	Rp 8.900

Sumber: Data Sekunder Tahun 2016

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa harga Esprecielo Allure Green Tea Latte menunjukkan harganya yang tinggi dibandingkan dengan produk pesaing lainnya. Hal ini dapat terjadi dikarenakan oleh Esprecielo Allure memiliki keunikan dimana teh hijau tersebut dipadukan dengan susu rendah lemak dan berbeda dengan teh hijau lainnya.

Selain harga, agar produk tersebut dikenal dan dibeli oleh konsumen, maka perusahaan menunjuk Chelsea Olivia sebagai *celebrity endorser* atas produk tersebut. Dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen perusahaan mencoba mengetahui dan memahami kebutuhan dan harapan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Masalah *celebrity endorser* terutama dalam hal kepercayaan sering terjadi ketika konsumen ingin membeli suatu produk. Konsumen sering ragu terhadap produk yang diiklankan oleh artis selebriti karena kenyataan dan kebenaran yang mereka sampaikan. Kebanyakan konsumen membeli produk tersebut dikarenakan mereka mengenal dan merasa kagum terhadap artis selebriti yang melakukan iklan atas produk tersebut.

Hal lain yang menjadi masalah adalah kurangnya keahlian yang dimiliki oleh *celebrity endorser*. *Celebrity Endorser* kurang memahami mengenai produk yang

diiklankan, dan hanya mengiklankan sesuai dengan keinginan perusahaan tetapi tidak persuasif dalam menarik keinginan konsumen.

Selain itu, penyebab yang lainnya adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian menunjukkan seberapa besar keinginan seorang konsumen untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tertentu. Rendahnya keputusan pembelian produk *Esprecielo Allure* di Kota Batam disebabkan karena kurangnya promosi dan penjelasan produk kepada konsumen.

Atas beberapa uraian tersebut diatas, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH HARGA DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *ESPRECIELO ALLURE* DI KOTA BATAM”**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Pada umumnya konsumen menghendaki produk barang/jasa yang bermutu tinggi dengan harga yang relatif murah.
2. Konsumen sering ragu terhadap produk yang diiklankan oleh artis selebriti karena kenyataan dan kebenaran yang mereka sampaikan.
3. *Celebrity Endorser* kurang memahami mengenai produk yang diiklankan, dan hanya mengiklankan sesuai dengan keinginan perusahaan tetapi tidak persuasif dalam menarik keinginan konsumen.
4. Rendahnya keputusan pembelian produk *Esprecielo Allure* di Kota Batam disebabkan karena kurangnya promosi dan penjelasan produk kepada konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalah merupakan batasan pembahasan dari penelitian yang dibuat agar penelitian ini memiliki arah dan tujuan yang jelas. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini meliputi Harga dan *Celebrity Endorser* sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Esprecielo Allure di Kota Batam?
2. Apakah *Celebrity Endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Esprecielo Allure di Kota Batam?
3. Apakah harga dan *Celebrity Endorser* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Esprecielo Allure di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Esprecielo Allure di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian produk Esprecielo Allure di Kota Batam.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian produk Esprecielo Allure di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian sangat mengharapkan agar hasil dari penelitian ini, bisa memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi penulis, akan mendapatkan wawasan serta memahami teori-teori yang akan didapat selama melakukan penelitian yang terkait dengan keputusan pembelian.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan untuk diadakan penelitian lanjutan deskriptif atau perbandingan dengan perusahaan lainnya.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai gambaran umum mengenai ada atau tidak adanya pengaruh harga dan *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian produk Esprecilo Allure.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai teori serta hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian produk Esprecielo Allure.