

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batam merupakan salah satu kota terbesar di provinsi Kepulauan Riau dan terkenal sebagai kota industri dan perdagangan internasional. Kondisi ini membuat Batam menjadi salah satu kota yang memiliki banyak distributor makanan dan minuman yang berkembang pesat. Perkembangan distributor makanan dan minuman di Batam terus meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat di kota tersebut. Dengan semakin banyaknya industri dan perusahaan di Batam, kebutuhan akan makanan dan minuman pun semakin meningkat. Survei penjualan eceran oleh Bank Indonesia menunjukkan adanya pertumbuhan penjualan pada beberapa sektor di triwulan II 2022 termasuk di dalamnya makanan dan minuman (Laporan Perekonomian Provinsi Kepulauan Riau, 2022).

Dengan perkembangan di bidang makanan dan minuman (*food and beverages*) yang kini berkembang pesat. Pada era sekarang, banyak konsumen yang menginginkan serba instan tanpa adanya kerepotan. Salah satu jenis minuman yang kini banyak diminati konsumen adalah minuman dalam kemasan karena dengan begitu konsumen tidak merasa repot dalam mengkonsumsinya. Saat ini, kemasan produk telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari identitas sebuah produk. Oleh karena itu, strategi kunci untuk meningkatkan daya saing produk industri nasional di pasar global adalah dengan menerapkan teknologi

kemasan dan desain kreatif yang sesuai dengan tren pasar (Aditya Bambang Pamungkas, 2022).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisa produk minuman Meco Fruit Tea. Meco Fruit Tea merupakan salah satu produk dari perusahaan Xiang Piao Piao. Meco Fruit Tea adalah minuman teh asli yang dikombinasikan dengan jus buah asli. Kelebihan dari minuman ini adalah sedikitnya kadar lemak sehingga minuman ini sangat sehat dan aman untuk dikonsumsi. Ada 3 varian Meco Fruit Tea yaitu Meco Thai Lime Fruit Tea, Meco Peach & Grapefruit Fruit Tea, dan Meco Kumquat & Lemon Tea.

PT Prima Niaga Indomas adalah sebuah perusahaan yang didirikan pada tahun 2006 yang bergerak dalam bidang distributor makanan dan minuman. PT Prima Niaga Indomas beralamat di Puri Industrial Park 200 Blok D No 5, Batam Centre, Batam, Indonesia.

Kualitas produk mengacu pada karakteristik dan fitur produk yang memenuhi atau melebihi ekspektasi dan kebutuhan konsumen. Kualitas produk mencakup berbagai faktor seperti kehandalan, daya tahan, kemudahan penggunaan, desain yang menarik, dan performa yang baik. Produk yang memiliki kualitas yang baik dapat memberikan pengalaman positif bagi konsumen dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek atau perusahaan yang menghasilkan produk tersebut. Definisi kualitas produk menurut Fandy Tjiptono dalam penelitian (Hernikasari et al., 2022) adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen serta keakuratan dalam menyampaikan produk yang memenuhi ekspektasi konsumen.

Adapun sebuah permasalahan terkait kualitas terhadap produk “Meco Fruit Tea” yang di distribusikan perusahaan, bisa diamati melalui data retur produk tahun 2022 perusahaan, karena terjadi penurunan tingkat penjualan , sehingga hal ini harus diperhatikan perusahaan.

Tabel 1.1 Data Returan Produk Meco Fruit Tea 2022

No	Bulan	Jumlah (Dus)
1	Januari	15
2	Februari	12
3	Maret	20
4	April	30
5	Mei	25
6	Juni	22
7	Juli	31
8	Agustus	29
9	September	18
10	Oktober	28
11	November	32
12	Desember	40

Sumber: PT Prima Niaga Indomas, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah retur pelanggan dari bulan ke bulan mengalami fluktuasi yang signifikan yang berarti kepuasan pelanggan mengalami penurunan yang disebabkan oleh kualitas produk yang kurang baik, dikarenakan ditemukan pada PT Prima Niaga Indomas bahwa kemasan dari produk tersebut sering mengalami kerusakan seperti kemasan yang penyok.

Promosi adalah aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk atau layanan perusahaan. Promosi mencakup berbagai strategi pemasaran seperti iklan, penjualan langsung, promosi penjualan, publisitas, dan pemasaran langsung. Didalam penelitian yang dilakukan (Farizky et al., 2022) disimpulkan bahwa kualitas produk merujuk

pada kemampuan produk untuk memenuhi preferensi konsumen, produk yang memiliki kualitas yang baik akan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan baik.

Tabel 1.2 Data Penjualan Meco Fruit Tea 2022

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	310 Dus
2	Februari	350 Dus
3	Maret	290 Dus
4	April	295 Dus
5	Mei	300 Dus
6	Juni	288 Dus
7	Juli	293 Dus
8	Agustus	285 Dus
9	September	280 Dus
10	Oktober	275 Dus
11	November	273 Dus
12	Desember	270 Dus

Sumber: PT Prima Niaga Indomas, 2023

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan produk Meco Fruit Tea perusahaan PT Prima Niaga Indomas mengalami ketidakstabilan, disebabkan karena promosi penjualan yang dilakukan PT Prima Niaga Indomas kurang menarik dan mengakibatkan kurang dikenal atau kurang mendapatkan perhatian dari pelanggan. Promosi yang dilakukan PT Prima Niaga Indomas masih masuk dalam kategori kurang sehingga posisi produk perusahaan menjadi kurang dikenal masyarakat dan penjualan cenderung mengalami penurunan. Strategi promosi yang digunakan PT Prima Niaga Indomas adalah membuat *event sampling* di supermarket dengan menawarkan produk untuk dicoba oleh calon pelanggan.

Selain dari faktor kualitas produk dan promosi, ada juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu citra merek. Citra merek adalah

persepsi atau gambaran yang dimiliki oleh konsumen tentang suatu merek atau perusahaan. Citra merek yang positif dapat membantu perusahaan untuk membedakan diri dari pesaing, meningkatkan loyalitas konsumen, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Citra merek juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan berperan penting dalam membangun reputasi perusahaan. Citra merek dapat diartikan sebagai representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek yang terbentuk dari informasi dan pengalaman sebelumnya dengan merek tersebut (Noor et al., 2020). Produk Meco Fruit Tea merupakan produk yang di impor dari negara China sehingga masyarakat kurang mengetahui produk tersebut. Oleh karena itu, kebanyakan pelanggan akan merasa ragu untuk membeli produk tersebut karena belum mengetahui terkait merek produk tersebut.

Dalam yang dilakukan (Novia et al., 2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan menghasilkan hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 3,776 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 0,102 dengan taraf signifikansi 0,03 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Dalam penelitian lainnya yang dilakukan (Razak, 2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dinyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam Penelitian yang dilakukan (Marpaung & Purba, 2022) berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Sun Bread Batam ditemukanlah hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,128 > 1,97301$ dan

nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti adanya pengaruh positif dan signifikan dari promosi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian lainnya yang dilakukan (Vera & Wangdra, 2022) yang berjudul Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Prima Labelling ditemukan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan pada kepuasan pelanggan signifikan pada kepuasan pelanggan dengan hasil nilai $t_{hitung} = 3,338 > t_{tabel} = 1,659$ dengan nilai signifikan $= 0,001 < \alpha = 0,05$.

Pada penelitian yang dilakukan (Putri & Syaifullah, 2023) didapatkan hasil yaitu bahwa Citra Merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan yang dibuktikan dengan diperolehnya nilai t_{hitung} sebesar 4,626 lebih besar dari t tabel 1,974 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Penelitian lainya yang diteliti oleh (Benny & Nainggolan, 2022) ditemukan bahwa Citra Merek berdampak yang signifikan pada kepuasan pelanggan yang dibuktikan dengan hasil uji-t kepuasan pelangganpunya nilai signifikansi 0,000 tidak melebihi 0,05,dan t-hitung 4.772 melampaui t_{tabel} 1,983 serta skor koefisien 0.313.

Berdasarkan dengan latar belakang yang ada, maka penulis memutuskan untuk menggunakan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK MECO FRUIT TEA PADA PT PRIMA NIAGA INDOMAS”**

1.2 Identifikasi Masalah

Setelah penguraian latar belakang masalah yang telah dijabarkan, kemudian diidentifikasi lah beberapa masalah sebagai berikut:

1. Pelanggan merasa adanya ketidakpuasan terhadap kualitas produk dikarenakan kemasan produk yang mudah penyok.
2. Adanya rasa ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan terhadap produk akibat promosi yang kurang dalam penawaran produk.
3. Pelanggan kurang mengenal merek tersebut karena produk merupakan produk impor.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas.kualitas produk, promosi, dan citra merek berpengaruh kepada kepuasan pelanggan. Akibat adanya keterbatasan waktu, maka disampaikan bahwa permasalahan dalam ruang dan waktu yang dibatasi sesuai dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Prima Niaga Indomas”

Batasan dalam penelitian akan dibatasi pada aktivitas berikut:

1. Penelitian ini dibatasi oleh tiga variabel bebas kualitas produk (X1), promosi (X2), citra merek (X3) dan satu variabel terikat kepuasan konsumen (Y).
2. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini tertuju pada konsumen yang membeli produk yang ditawarkan PT Prima Niaga Indomas di Kota Batam.
3. Data yang diteliti adalah data pada periode tahun 2022

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari penguraian latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dari PT Prima Niaga Indomas ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dari PT Prima Niaga Indomas ?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dari PT Prima Niaga Indomas ?
4. Apakah kualitas produk, promosi dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dari PT Prima Niaga Indomas ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dibahas sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Prima Niaga Indomas.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Prima Niaga Indomas.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada PT Prima Niaga Indomas.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi, dan citra merek secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT Prima Niaga Indomas.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat, berikut manfaat yang terkandung dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah informasi dalam manajemen untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan serta dapat menjadi informasi bagi perusahaan untuk menganalisis demi meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini berguna bagi perusahaan dalam pencapaian tujuan yaitu mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menjadi penambahan pemahaman dan ilmu bagi penulis untuk menemukan permasalahan, pengolahan data, penelitian masalah, penyusunan data hingga penyimpulan.