

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis pada saat ini sangat bersaing ketat untuk memperbaiki perekonomian dan meningkatkan keuntungan yang dihasilkan perusahaan, dimana semua perusahaan dan para pembisnis telah berjuang keras dan mencari inovasi-inovasi baru yang bertujuan untuk dapat mempertahankan keuntungan perusahaan serta dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang dibutuhkan saat ini.

Namun setiap perusahaan harus berusaha untuk menghasilkan dan memberikan produk dan layanan yang diinginkan konsumen dengan harga dan kualitas yang wajar, serta memahami perilaku konsumen di pasar sasaran. Keinginan konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumen.

Perusahaan perlu melebarkan sayapnya untuk memperluas pasar agar bisa berada di benak konsumen. Konsumen merupakan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan dan karena kebutuhan konsumen disesuaikan secara dinamis dari waktu ke waktu, perusahaan perlu memahami semua perubahan preferensi konsumen. Untuk memperoleh keunggulan bersaing, setiap perusahaan harus dapat memuaskan pelanggannya. Melihat peluang yang muncul dari kebutuhan masyarakat ini, pelaku usaha harus mampu memenuhi kebutuhan pasar, termasuk membangun citra merek yang baik bagi konsumen.

Citra merek dapat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap suatu produk dan percaya dengan hal kualitas citra merek tersebut. Selain citra merek yang baik perusahaan juga harus memperhatikan standar kualitas produk yang akan diberikan kepada konsumen dan harga produk yang terjangkau dipasaran. Karena dengan harga yang sesuai dengan pasaran yang sudah ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan di jatuhkan pada produk tersebut dan terjadinya persepsi harga terhadap produk dipandangan masyarakat. Harga merupakan pencerminan dari nilai. Bagi pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi.

Namun melainkan dengan persepsi harga yang dimana nilai harga suatu barang berdasarkan kualitas dan citra merek, dan setiap pandangan seseorang berbeda-beda. Persepsi harga sering kali menjadi perhatian para konsumen jika ingin membeli suatu barang atau menggunakan suatu jasa. Dan para konsumen tersebut mungkin memiliki batas atas dan batas bawah harga untuk membandingkan apakah harga dan barang/jasa sesuai.

Saat ini, banyak sekali bermunculan perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur dan obat-obatan serta suplemen yang menawarkan produk-produk yang berhubungan dengan kesehatan. Hal ini disebabkan karena seluruh masyarakat khawatir dengan kesehatan tubuhnya dengan hal ini masyarakat indonesia mulai berfikir untuk kesehatan jangka panjang. Sehingga munculnya produk-produk kesehatan disambut baik oleh masyarakat karena masyarakat membutuhkan produk yang bisa mencegah tubuhnya dari berbagai macam penyakit serta dapat menjaga kekebalan tubuh.

Kesadaran akan kesehatan pada masyarakat Indonesia membuat perusahaan melakukan berbagai macam cara untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Perusahaan melakukan penelitian yang berkepanjangan untuk menciptakan produk-produk tersebut. Produsen berusaha untuk mencari dan menemukan cara-cara efektif untuk mengenalkan produk kesehatan miliknya agar konsumen bisa tertarik dan membeli produk kesehatan tersebut.

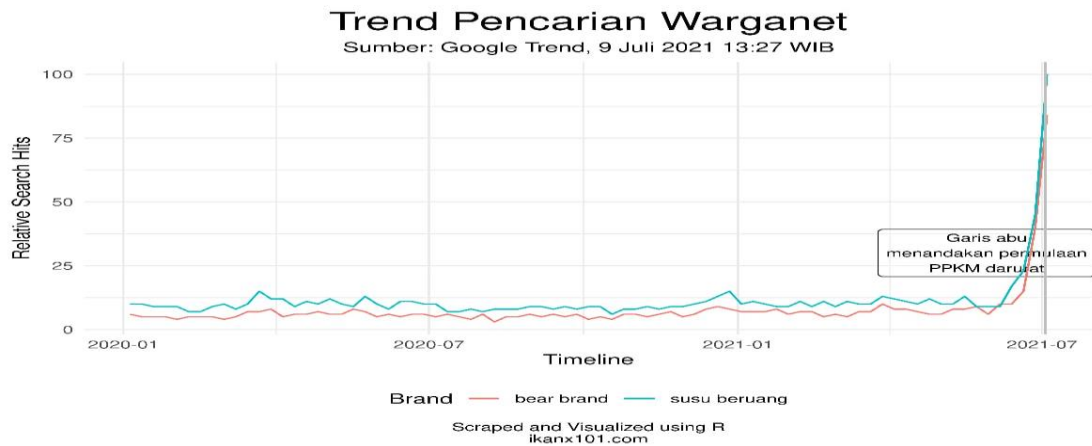
Salah satunya adalah Susu Bear Brand yang di produk dari PT. Nestle Indonesia merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi makanan dan minuman terbesar di dunia yang salah satu varian produknya (Bear Brand) bergerak dalam bidang produksi susu sterilisasi. Susu Bear Brand adalah susu sapi yang telah disterilkan yang mengandung kalori lengkap, sehingga cocok untuk dikonsumsi segala usia. Susu Bear Brand tetap diminati oleh masyarakat dibandingkan dengan susu kemasan merek lain.

Namun ada berbagai cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan citra merek dan kualitas produk serta memberikan harga yang terjangkau terhadap produk yang ditawarkan. Salah satunya adalah mempelajari dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Beberapa konsumen beranggapan bahwa suatu merek yang paling unggul akan menduduki

posisi pertama dalam benak mereka. Bahkan beberapa konsumen akan merasakan kepuasan terhadap suatu produk apabila harga tersebut sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkannya. Bear Brand dikenal dengan kualitas produk yang kemasannya yang terbuat dari kaleng tentu saja memiliki keunggulan yaitu tidak mudah robek, pecah, rusak, ataupun penyok sehingga sangat praktis untuk dibawa kemana saja.

Fenomena yang terjadi pada Bear Brand tak lepas dari kepuasan pelanggan yang cenderung terhadap persepsi masyarakat pada Bear Brand yang dimana para pandangan masyarakat berasumsi bahwa kualitas Bear Brand dengan produk susu cair kemasan yang lain sedikit ada perbedaan namun dengan guna manfaatnya yang sama. Namun yang menjadi permasalahannya adalah Bear Brand memiliki harga yang jauh lebih mahal dibandingkan dengan produk susu cair kemasan lainnya. Dengan permasalahan ini akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang semakin mulai cenderung berkurang faktor banyak produk susu cair kemasan lain yang memiliki harga jauh lebih murah daripada susu Bear Brand.

Namun dengan kondisi saat PPKM ini Bear Brand sangat meningkat dan terpercaya dipandangan masyarakat dikarenakan masyarakat mulai terpengaruh terhadap informasi terkait bahwa kualitas Bear Brand sangat bagus untuk kesehatan tubuh dibandingkan dengan produk susu cair kemasan lain oleh sebab itu harga Bear Brand jauh lebih mahal daripada produk susu cair kemasan lain dikarenakan kualitas produk Bear Brand jauh lebih unggul daripada produk susu cair kemasan lain. Dengan persepsi harga dan kualitas produk yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan akan dapat meningkatkan niat beli ulang sehingga citra merek juga dapat berpengaruh dengan kepuasan pelanggan terhadap produk Bear Brand. Berikut dibawah ini terdapat gambaran Grafik kenaikan popularitas para konsumen semakin meningkat mencari informasi terkait Bear brand di pada bulan Juli 2021 yang diukur melalui *Google Trends* dapat di lihat pada grafik dibawah ini.



Gambar 1.1 Grafik popularitas terhadap Bear Brand pada bulan Juli 2021

Sumber : <https://ikanx101.com/blog/bear-brand/>

Terlihat pada gambar grafik diatas yang menunjukkan bahwa Bear Brand di *trend* pencarian google terhadap Bear Brand sudah mulai meningkat pada bulan juli 2021 yang dimana para konsumen Bear Brand pun semakin meningkat dengan pengaruh kualitas produk yang baik di persepsi masyarakat. Saat ini Bear Brand menjadi populer dikalangan masyarakat dan dikonsumsi oleh semua kalangan. Dengan perubahan persepsi atau pandangan masyarakat terhadap sebuah produk yang akan menjadikan suatu kebutuhan sehari-hari dan terdapat persepsi masyarakat bahwa Bear Brand dapat digunakan sebagai perawatan tubuh yang dimana hal ini akan menciptakan rasa kepuasan terhadap konsumen dan mampu menaiki citra merek suatu produk di kalangan masyarakat.

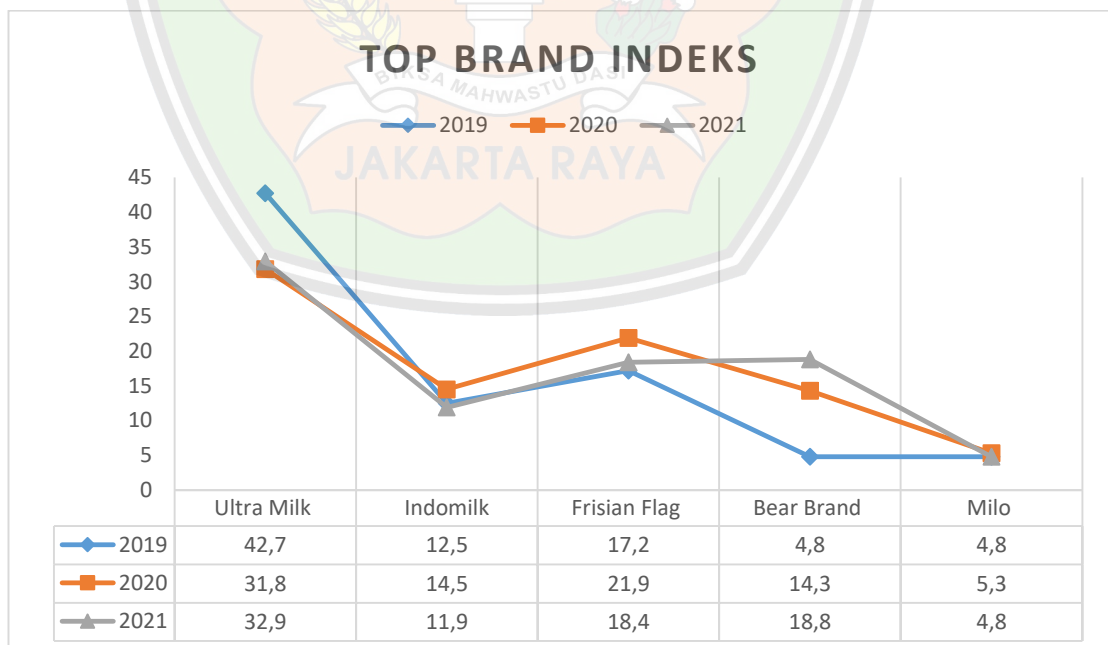
Namun Bear Brand mengalami kenaikan harga disaat permintaan konsumen meningkat pada kondisi PPKM terhadap produk Bear Brand yang sebelumnya harga Bear Brand hanya berkisaran 9.000 rupiah menjadi 15.000 – 20.000 rupiah. Dengan adanya kenaikan harga yang menjolok tinggi Bear Brand semakin populer di pandangan masyarakat dan banyak sekali yang beragumen bahwa semua susu cair kemasan memiliki kualitas produk dan fungsi yang sama melainkan hanya kemasan dan citra merek saja yang berbeda oleh sebab itu acuan permasalahan ini bisa menjadikan sebuah penelitian terhadap fenomena yang terjadi pada saat ini. Terdapat beberapa faktor efek dalam perilaku konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk ketika konsumen berencana membeli produk untuk pertama kalinya seperti pengetahuan tentang produk serta kepuasan setelah

membelimumgunakan produk yang dibeli, kualitas produk yang berkaitan dengan kemasan dan desain.

Perusahaan berinovasi untuk produk agar dapat tetap bersaing, perusahaan harus mempunyai suatu merek (*brand*) agar dapat mempermudah konsumen untuk mengenali suatu produk dan menjadikan suatu ciri khas dari perusahaan tersebut. Merek menjadi komponen penting dalam bisnis, karena keberadaan mereka mempermudah konsumen mengidentifikasi suatu produk. Oleh karena itu, kepercayaan dan rasa yakin konsumen akan suatu produk yang memiliki merek lebih tinggi dibandingka produk yang tidak memiliki merek. Sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk menciptakan produk untuk memiliki merek yang memiliki merek yang bercitra baik dimasyarakat, serta mampu melindungi dan meningkatkan merek di pasar.

Mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan terhadap konsumen. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian terkait hal tersebut terhadap kepuasan pelanggan terhadap membeli produk Bear Brand.

Berdasarkan Survey Top Brand mengenai hasil penjualan pada katagori produk minuman susu cair kemasan dari tahun 2019-2021 yang ditunjukkan pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2 Grafik Top Brand Award Susu Cair dalam Kemasan 2019-2021

Sumber : www.topbrand-award.com

Berdasarkan gambar grafik diatas, dapat dilihat bahwa Bear Brand berada di peringkat empat pada tahun 2019 dan masih berada di peringkat empat pada tahun 2020 namun pada tahun 2021 Bear Brand berada di peringkat 2 setelah susu UHT. Bear Brand bahkan mampu mengalahkan peringkat Frisian Flag, Indomilk, dan Milo yang juga merupakan dalam bidang produk susu cair kemasan. Namun saat ini Bear Brand sudah sangat meningkat citra mereknya dipandangan masyarakat yang dimana citra merek suatu produk sangat mempengaruhi terhadap kualitas produk yang akan mempertimbangkan untuk konsumen akan selalu mengkonsumsinya atau tidak, Hal ini lah Bear Brand berusaha untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang terbaik dan memiliki citra merek yang baik dipandangan konsumen.

Berdasarkan kategori produk susu cair dalam kemasan mengalami peningkatan salah satunya yaitu merek yang dapat meningkatkan suatu brand tersebut dapat dilihat dipasaran, menurut data tersebut merek pesaing dapat terus naik penjualannya dalam dua tahun sebelumnya. Hal ini membuat perusahaan harus berfikir untuk membuat perubahan inovasi-inovasi agar dapat bersaing dipasar susu cair dalam kemasan sehingga membuat minat dari konsumen lebih tertarik.

Penelitian juga ingin mengetahui bagaimana persepsi masyarakat mengenai harga dan kualitas produk serta citra merek pada Bear Brand dengsn melalui kepuasan pelanggan dipandangan konsumen kelurahan wanasari, Sejauh mana dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian Bear Brand dan mengetahui seberapa banyak konsumen Bear Brand merasakan kepuasan terhadap mengkonsumsi Bear Brand. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul skripsi: “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand (Studi pada konsumen di kelurahan wanasari)”

1. 2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terjadi peningkatan top brand Bear Brand pada tahun 2021, namun tidak berdampak signifikan terhadap citra merek, hal ini ditandai tidak terjadi peningkatan penjualan.
2. Terjadinya kenaikan harga Bear Brand dan ini berdampak pada citra merek dan kepuasan pelanggan .
3. Terjadinya persaingan harga dan kualitas produk dan ini berdampak kepada persepsi harga dan citra merek yang dijadikan salah satu alasan konsumen dalam memilih minuman susu cair kemasan.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan tidak meluas penulis membatasi penelitian yang akan dilakukan pada Penulis hanya pada produk minuman susu Beruang rasa original yang diproduksi oleh PT. Nestle Indonesia. Dan hanya meneliti terkait judul yaitu “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Bear Brand Terhadap Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan” Penelitian ini difokuskan kepada konsumen di Kelurahan Wanasari

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian batasan masalah tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini terhadap produk Bear Brand adalah:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap citra merek?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap citra merek?
6. Apakah kepuasan pelanggan terbukti memediasi persepsi harga terhadap citra merek?
7. Apakah kepuasan pelanggan terbukti memediasi kualitas produk terhadap citra merek?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang ingin dicapai oleh penulis. Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan produk Bear Brand di Kelurahan Wanasari
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk Bear Brand di Kelurahan Wanasari
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap citra merek pada konsumen produk Bear Brand
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap citra merek pada konsumen produk Bear Brand
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap citra merek produk Bear Brand di Kelurahan Wanasari
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bahwa kepuasan pelanggan terbukti memediasi persepsi harga terhadap citra merek produk Bear Brand di Kelurahan Wanasari
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bahwa kepuasan pelanggan terbukti memediasi kualitas produk terhadap citra merek produk Bear Brand di Kelurahan Wanasari

1.6 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian dilakukan guna memperoleh manfaat yang berguna bagi seluruh pihak-pihak yang bersangkutan. Manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan berguna untuk menambah dan wawasan sekaligus dapat menguatkan teori-teori dan konsep yang ada mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap citra merek melalui kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan masukan atau pemikiran bagi pengembangan produk Bear Brand dan untuk mengetahui persaingan harga, menjaga kepercayaan citra merek dan kualitas produk serta dapat meningkatkan daya tarik konsumen untuk pembelian ulang produk Bear Brand.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat memberikan sumbangan pemikiran serta informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, sebagai berikut :

1. BAB I. PENDAHULUAN

Merupakan Bahasan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan suatu masalah, tujuan dan manfaat penelitian, Batasan masalah, dan sistematika penulisan.

2. BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Merupakan bahasan yang berisi tentang literatur yang mendasari topik penelitian pada umumnya, dan model konseptual penelitian pada umumnya.

3. BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Merupakan bahasan yang berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operational variable, waktu dan tempat penelitian.

4. BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan bahasan yang berisi tentang foto profil organisasi perusahaan (Bila ada) hasil analisis data, dan pembahasan (diskusi) hasil penelitian.

5. BAB V. PENUTUP

Merupakan bahasan yang berisi tentang kesimpulan dan implikasi manajerial.