

BAB I

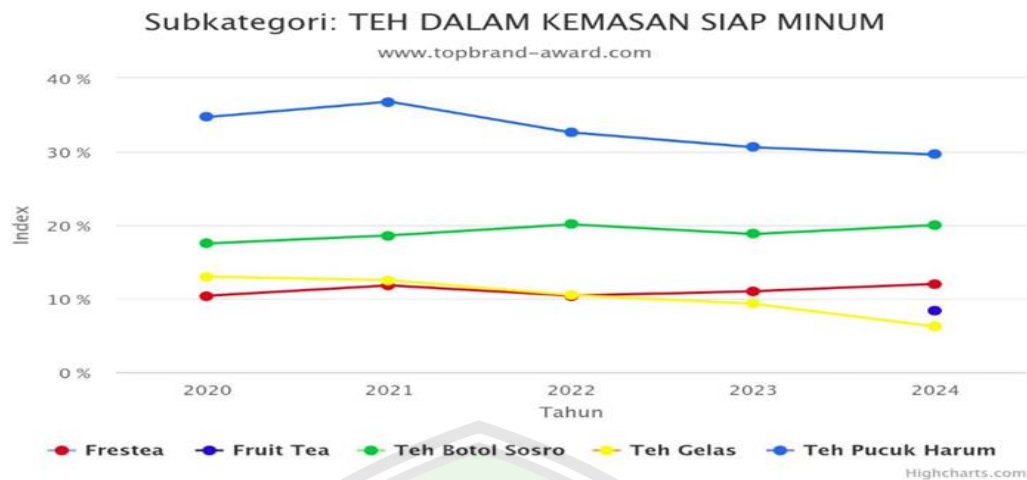
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia usaha turut terdampak oleh kemajuan era globalisasi saat ini, terbukti dengan banyaknya pesaing dan memungkinkan para pelaku usaha untuk memperlihatkan ciri khasnya. Meningkatnya jumlah bisnis yang mempromosikan berbagai kategori produk dengan berbagai nama merupakan bukti persaingan di sektor industri.

Salah satunya sektor yang paling berkembang di Indonesia adalah minuman teh yang sangat umum dalam kehidupan kita sehari – hari. Teh merupakan salah satu minuman yang banyak disukai dan dikonsumsi oleh masyarakat memanfaatkan teh sebagai minuman penyegar dan menyehatkan. Produk teh tidak hanya terbuat dari pucuk daun tanaman teh, namun dapat dihasilkan dari daun lain seperti bunga telang.

Sebuah perusahaan bernama PT. Mayora Indah Tbk memproduksi teh kemasan siap minum. Didirikan pada tanggal 17 Februari 1977, PT. Mayora Indah Tbk adalah organisasi bisnis produk Indonesia yang memiliki fasilitas awal di Tangerang. Usaha ini go public pada tahun 1990. Teh diproduksi oleh PT. Mayora Indah Tbk dengan merek dagang "Teh Pucuk Harum" dan hadir dalam kemasan siap minum.



Gambar 1.1: Data Penjualan Teh Pucuk Harum

Sumber : Top Brand index (2024)

Berdasarkan laporan Top Brand Index pada tahun 2020 hasil penjualan Teh Pucuk Harum sebesar 34.7% dan pada tahun 2021 sebesar 36.8 %. Dari tahun 2021 ke tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 4% yaitu dari 36.8% menjadi 32.6%. Selanjut nya pada tahun 2022 ke tahun 2023 mengalami penurunan sebesar 2% yaitu dari 32.6% menjadi 30.6% dan terakhir pada tahun 2023 ke tahun 2024 mengalami penurunan sebesar 30.6% menjadi 29.6% Penurunan sebesar 1%. Penurunan penjualan yang terus turun menurun.

Tabel 1.1 hasil keluhan yang di terima dari pelanggan teh pucuk harum melalui wawancara

Tabel 1.1: hasil wawancara

No	Hasil Wawancara
	Perrtanyaan: kenapa tidak menyukai Teh Pucuk Harum?
1.	Terlalu manis
2.	Terkadang menemukan beberapa yang rasa nya asam/kecut
3.	Dapat kemasan yang sudah penyok
4.	Rasa nya kurang manis
5.	Rasanya terlalu manis, kadang di dalam teh pucuk harum ada jely jely nyaa

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, setiap pelanggan mempertimbangkan berbagai kriteria saat membuat pilihan tentang apa yang akan dibeli seperti popularitas produk, harga, dan kualitas. Sebelum memutuskan untuk membeli, konsumen biasanya melakukan beberapa tahap awal yaitu mengidentifikasi masalah, mengumpulkan informasi, mempertimbangkan pilihannya, membuat keputusan dan menunjukkan setelah pembelian (Pramono, 2023)

Berdasarkan data pada tabel di atas pada produk teh pucuk harum bahwa terdapat keluhan dari pelanggan mengenai preferensi pelanggan pada Kualitas Produk mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Citra Merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek. Image konsumen yang positif terhadap suatu brand lebih memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian brand yang lebih baik juga menjadi dasar untuk membangun citra perusahaan yang positif. Citra merek adalah penilaian konsumen terhadap merek tersebut dalam sebuah pasar. Penciptaan tersebut dapat tercipta berdasarkan pengalaman pribadi maupun mendengar reputasinya dari orang lain atau media (Qolbi & Hermansyah, 2023).

Kualitas merupakan suatu kondisi yang terus berubah karena selera dan harapan pelanggan terhadap suatu produk terus berubah. Mutu produk merupakan suatu upaya untuk memenuhi atau melampaui harapan konsumen, dimana suatu produk mempunyai mutu yang sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan. (Winarso, 2023).

Keputusan Pembelian adalah keinginan pelanggan untuk memperoleh suatu produk dikenal sebagai keputusan pembelian, dan mereka mendasarkan pilihan mereka pada seberapa baik mereka yakin bahwa produk tersebut akan memuaskan kebutuhan mereka (Maulana & Ali, 2024).

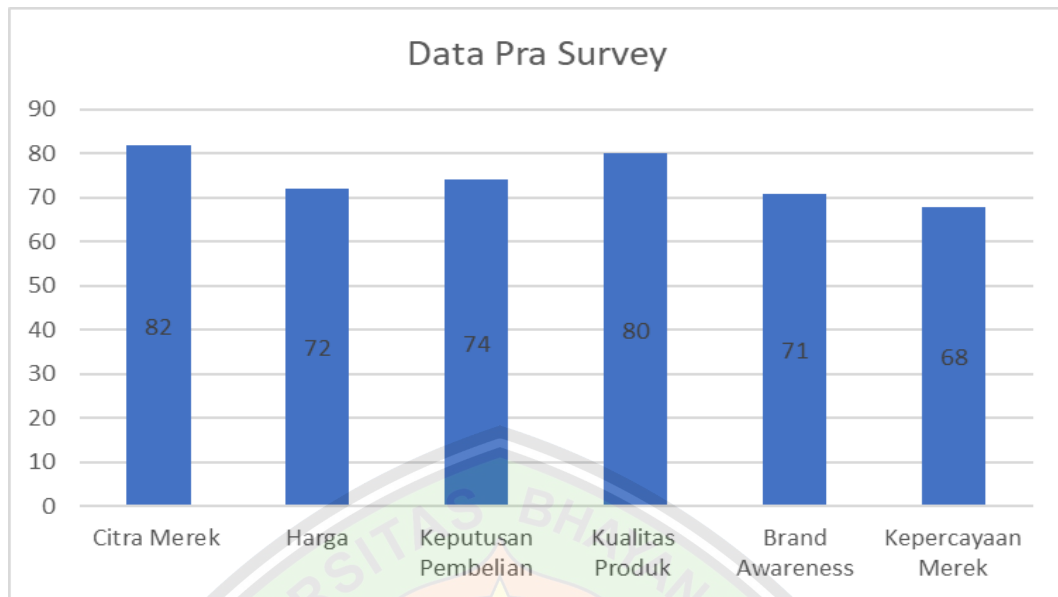
Kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan yang dimiliki klien terhadap barang atau jasa yang mereka peroleh dari suatu bisnis atau institusi. Evaluasi pelanggan mengenai seberapa baik suatu barang atau jasa memenuhi atau melampaui aspirasi, persyaratan dan harapan mereka disertakan dalam hal ini (Damanik et al., 2024).

Selanjutnya peneliti melakukan pra survey dengan tujuan agar menemukan faktor – faktor yang mempengaruhi (Y2), terdapat dua faktor yang secara dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan, kuesioner ini diisi sebanyak 20 responden pelanggan yang membeli Teh Pucuk Harum.

Tabel 1.2: Pertanyaan Prasurvey

No	Pertanyaan : Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Teh Pucuk Harum	Total	Rank
1.	Citra Merek Apakah Citra Merek mempengaruhi anda pada Kepuasan Pelanggan?	82	1
2.	Harga Apakah Harga mempengaruhi anda pada Kepuasan Pelanggan?	72	4
3.	Keputusan Pembelian Apakah Keputusan Pembelian mempengaruhi anda pada Kepuasan Pelanggan?	74	3
4.	Kualitas Produk Apakah Kualitas Produk mempengaruhi anda pada Kepuasan Pelanggan?	80	2
5.	Brand Awareness Apakah Brand Awareness mempengaruhi anda pada Kepuasan Pelanggan?	71	5
6.	Kepercayaan Merek Apakah Kepercayaan Merek mempengaruhi anda pada Kepuasan Pelanggan?	68	6

Sumber : Hasil Pra survey



Gambar 1.2: Hasil Pra-Survey

Hasil Pra survey ini bahwasannya ada 3 faktor dominan mempengaruhi Y ialah sebagai berikut:

1. Skor tertinggi 1 : Faktor Citra Merek dengan nilai 82
2. Skor tertinggi 2 : Faktor Kualitas Produk dengan nilai 80
3. Skor tertinggi 3 : Faktor Keputusan Pembelian dengan nilai 74

Berdasarkan hasil pra Survey yang telah dilakukan peneliti terdapat hasil yang menyatakan memang ada 6 faktor yang mempengaruhi di Kota Bekasi terhadap Kepuasan Pelanggan.

Beberapa penelitian telah banyak meneliti tentang Citra Merek, yang berdampak signifikan pada keputusan pembelian. menurut (Ali, 2023) Namun adanya penelitian tidak ada dampak penting antara citra merek pada proses keputusan pembelian. Menurut (rizky Syamsidar, 2019)

Selanjutnya Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut (Sianipar, 2019) Namun ada penelitian Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut (Budiono, 2020)

Kualitas Produk berdampak pada Keputusan Pembelian. (Ali, 2022b) Namun ada penelitian Kualitas Produk Tidak berdampak penting dalam keputusan pembelian. Menurut (Murtiningsih, 2023)

Kualitas produk berdampak positif dan penting pada kepuasan pelanggan Menurut (Ali, 2022a) Tetapi ada penelitian Kualitas produk berdampak negative pada kepuasan pelanggan. Menurut (Hapziali, 2024)

Berdasarkan Fenomena uraian diatas maka penulis tertarik meneliti kepuasan pelanggan Teh Pucuk Harum dengan menggunakan perpaduan variabel Citra Merek dan Kualitas Produk. Adapun Judul yang akan di angkat oleh peneliti yaitu **“Pengaruh Citra Merek Dan kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian“**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka timbulkan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Citra Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian?
2. Apakah Citra Merek Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan?
3. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian?
4. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan?
5. Apakah Keputusan Pembelian Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian pada Teh Pucuk Harum adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian
2. Untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan
5. Untuk Mengetahui Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan di lakukannya penelitian ini, di harapkan adanya manfaat yang di dapatkan agar menjadi suatu penjelasan kepada akademis antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi baru pada pengetahuan dan referensi, serta tambahan dalam pengembangan penelitian lebih lanjut dalam ilmu pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Temuan studi ini, di harapkan bisa memperoleh pemahaman teori serta wawasan yang di peroleh dalam bidang pemasaran yang berkaitan pada

citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian serta kepuasan pelanggan.

b. Bagi akademik

Penelitian ini di harapkan dapat berkontribusi pada literatur ilmiah menjadi referensi, dan menyajikan informasi mengenai hubungan antara pengaruh citra merek serta kualitas produk pada kepuasan Pelanggan melalui keputusan pembelian.

c. Bagi Perusahaan

Output yang di sajikan dapat di gunakan sebagai rekomendasi dan pertimbangkan untuk instasi terkait atau pelaku bisnis dalam melihat bagaimana citra merek dan kualitas produk dapat memberi pengaruh pada kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian.

1.5 Batasan Masalah

Untuk fokus penelitian, penulis menetapkan batasan masalah agar menghindari kesalahan atau perluasan pembahasan. Penelitian ini difokuskan pada pengujian pengaruh langsung atas citra merek serta kualitas produk pada kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian pada produk teh pucuk harum.

1.6 Sistematika Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran keseluruhan isi penelitian yang terdiri dari lima bab, peneliti menyusun sistematika secara garis besar sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, peneliti menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini, membahas landasan teori terkait dengan topik studi ini.

Bab ini membahas kerangka pemikiran dan hipotesis yang secara ringkas menjelaskan hubungan antara variabel bebas serta terikat yang akan di teliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti menjelaskan desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data, serta teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, di lakukan pembahasan tentang hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian, serta implementasi hasil penelitian unruk memperoleh pemahaman mengenai hasil pengujian hipotesis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti menyajikan kesimpulan dari temuan keseluruhan dilakukannya penelitian, serta saran yang di harapkan bermanfaat bagi pihak yang terkait