

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia, dimana dengan adanya era globalisasi akan dapat memperluas pasar produk dari perusahaan Indonesia dan disisi lain keadaan tersebut akan memunculkan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, pesar harus pandai menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan produk dengan efektif.

Jika ditelusuri dengan lebih spesifik, salah satu yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan pasar dalam industri makanan dan minuman adalah bisnis minuman dalam kemasan. Pasar minum teh dalam kemasan saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Tingginya minat masyarakat mengkonsumsi teh dalam kemasan mempunyai prospek yang sangat cerah, memberikan peluang bagi pengusaha untuk ikut terjun ke dalam industri minuman teh siap minum dalam kemasan .Oleh karena itu perusahaan perlu menganalisis perilaku konsumen untuk mengetahui pola pembeliannya.

Keputusan pembelian konsumen adalah proses kognitif yang mempersatukan memori, pemikiran, pemrosesan informasi dan penilaian-penilaian secara evaluatif (Sunyoto, 2014:45). Calon pembeli sebelum mengambil keputusan pembeli melakukan evaluasi terhadap produk secara alternatif, kemudian timbul minat pembeli, selanjutnya mengambil keputusan pembelian.

Perencanaan produk yang dihasilkan oleh perusahaan harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, produk yang dihasilkan harus mencerminkan kualitas yang baik. Hal tersebut agar sesuai dengan tujuan perusahaan yang mana produk yang dihasilkan dapat diterima dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan konsumen. Karena produk merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran, keberhasilan suatu perusahaan dapat diketahui dari respon yang ditunjukkan oleh konsumen.

Mahasiswa merupakan konsumen yang memilih segala sesuatu yang serba praktis, membeli produk yang siap dikonsumsi merupakan pilihan yang tepat. Dalam hal ini teh siap minum menjadi salah satu alternatif bagi mahasiswa yang dalam kehidupan kesehariannya yang aktif dan menyukai hal yang praktis. Teh Botol Sosro merupakan salah satu produk teh siap minum dalam kemasan dengan rasa yang enak, mudah didapat, praktis, dan harga yang terjangkau sehingga membuat konsumen seperti mahasiswa membeli produk ini.

PT. Sinar Sosro dengan merek Teh Botol sosro merupakan leader produsen teh siap minum dalam kemasan . Merek sosro yang sudah terkenal di masyarakat tak lain diambil dari pengalaman nama keluarga Sosrodjojo, yang mulai merintis usaha teh wangi melati pada 1940 di slawi, Jawa tengah. Teh merek Sosro diperkenalkan pertama kali pada 1970 dengan merek teh Cap Botol soft Drink Sosrodjojo, baru pada tahun 1974 menjadi Teh Botol Sosro dengan kemasan botol seperti sekarang. Merek tersebut dipakai untuk memperkuat merek teh seduh cap botol yang sudah sudah lebih dulu populer dan mengambil bagian dari nama belakang keluarga Sosrodjojo.

Menurut data penjualan teh siap minum dalam kemasan tahun 2010-2014 terjadi penurunan market share dari Teh Botol Sosro pada tahun 2014 sebesar 54,6 % dibandingkan tahun 2010 sebesar 75,3% dan sama halnya dengan yang dialami pesaingnya yaitu Frestea yang market share selalu mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun 2010 sebesar 43,5%, tahun 2011 sebesar 43,8% dan tahun 2012 sebesar 30,01%. Sedangkan Teh Pucuk Harum yang market share selalu mengalami kenaikan dari tahun 2010 sebesar 28,4% hingga tahun 2014 sebesar 42,6%. Walaupun Teh Botol Sosro mengalami penurunan tetapi tetap menempati kedudukan teratas sebagai teh siap minum dalam kemasan pada tahun 2010 hingga 2014.

Pertumbuhan teh siap minum dalam kemasan yang cepat tidak lepas dari konsumen yang menyukai kepraktisan dalam meminum teh. Teh yang siap minum, rasa yang enak, mudah didapat, praktis dibawa kemana-mana, dan harganya yang terjangkau membuat konsumen seperti mahasiswa memilih produk ini. Terutama mahasiswa yang tidak mau dibuat susah untuk membuat

teh terlebih dahulu sebelum dikonsumsi dan juga bagi mahasiswa yang jauh dari orang tua teh siap minum menjadi pilihan utama dalam kehidupan sehari-hari. Teh Botol Sosro memiliki aneka varian kemasan yang menjadi pilihan bagi mahasiswa yang dapat dinikmati sesuai dengan kebutuhan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merek Teh Botol Sosro.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian pada produk Teh Botol Sosro?
2. Apakah variabel Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dan variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk Teh Botol Sosro?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian pada produk Teh Botol Sosro.
2. Mengetahui dan menganalisis variabel manakah diantara variabel Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dan variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk Teh Botol Sosro.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang akan dilaksanakan ini nantinya di harapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi instansi terkait antara lain disperindag dan yayasan bagi konsumen dalam menentukan kebijakan terkait dengan produk makanan atau minuman dan preferensi konsumen.
2. Sebagai masukan atau informasi bagi perusahaan dalam memproduksi teh botol sosro yang sesuai dengan preferensi konsumen.
3. Penelitian ini agar dapat menjadi landasan atau bahan informasi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama dimasa yang akan datang.