

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini persaingan dalam dunia usaha semakin meningkat baik pada perusahaan yang bergerak dalam bidang industri perdagangan, maupun jasa yang disebabkan oleh adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Perusahaan dituntut untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan-perusahaan lain dari seluruh dunia dalam menghadapi globalisasi. Perusahaan melakukan berbagai upaya untuk dapat menarik konsumen agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan harus tepat untuk menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen serta dapat bertahan dan memenangi persaingan. Persaingan yang ada dalam era globalisasi akan mengarahkan pemasar untuk mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Salah satu perusahaan yang berkembang pesat dewasa ini ialah perusahaan yang bergerak di bidang usaha minuman ringan. Minuman ringan merupakan minuman yang tidak mengandung alkohol.

Adapun objek yang akan penulis teliti adalah usaha yang bergerak dibidang minuman ringan yaitu Brand Minuman Jelly Potter yang berada di Kutai Barat Kalimantan Timur. Jelly Potter merupakan minuman yang sedang kekinian dan banyak diminati oleh masyarakat saat ini. Jelly Potter adalah minuman yang menggunakan bubuk dengan berbagai macam rasa sebagai bahan pokok serta

ditambahkan dengan topping sebagai pelengkap untuk mendapatkan kenikmatan yang lebih pada minuman Jelly Potter.

Minuman Jelly Potter Kutai barat sendiri telah beroperasi sejak 2021 dan telah memberikan kenikmatan kepada konsumen minuman Jelly Potter yang berada di Kabupaten Kutai Barat , dapat dilihat dari tabel 1.1 yang merupakan penjualan yang telah dilakukan oleh mitra Jelly Potter Kutai barat.

**Tabel 1. 1 Laporan Penjualan Jelly Potter Periode Juli 2021 – Juni 2022**

No	Bulan	Penjualan (Cup)			Total Penjualan
		<i>Cup Besar</i>	<i>Cup Medium</i>	<i>Cup Kopi</i>	
		<b>Rp13.000</b>	<b>Rp9.000</b>	<b>Rp8.000</b>	
1	Juli	2.879	246	52	3.177
2	Agustus	3.017	211	60	3.288
3	September	2.973	156	47	3.176
4	Oktober	2.715	178	45	2.938
5	November	2.582	231	20	2.833
6	Desember	1.993	238	39	2.270
7	Januari	3.210	271	69	3.550
8	Febuari	3.189	162	34	3.385
9	Maret	1.785	123	20	1.928
10	April	1.871	46	21	1.938
11	Mei	1.992	169	42	2.203
12	Juni	1.882	145	43	2.070
<b>TOTAL</b>		<b>30.088</b>	<b>2.176</b>	<b>492</b>	<b>32.756</b>

Sumber : Dari Data penjualan Jelly Potter Kutai barat

Sebelum memutuskan membeli produk dari minuman Jelly Potter berdasarkan Tabel 1.1, tentunya konsumen memiliki suatu alasan tertentu untuk membeli produk tersebut, misalnya konsumen di pengaruhi oleh *brand ambassador* yang di pakai perusahaan untuk memasarkan produk mereka atau karna varian produk yang disediakan di Jelly Potter, dan atau karena harga minuman Jelly Potter yang sangat murah dibandingkan dengan merek lain ataupun karna lokasi Jelly Potter kutai barat yang strategis mudah dijangkau kosumen.

Penggunaan *brand ambassador* saat ini telah menjadi bagian penting dalam suatu merek, seorang brand ambassador diharapkan dapat mewakili keinginan dan kebutuhan calon konsumen serta mampu memberikan citra positif untuk merek suatu produk dan citra positif untuk perusahaan. Saat ini tren yang berkembang adalah dengan menggunakan aktor atau artis, atlet, penyiar televisi, pembawa acara atau selebriti lainnya sebagai *brand ambassador*. Adapun Jelly Potter memilih Raffi Ahmad sebagai *brand ambassador* karena Raffi Ahmad merupakan artis kondang yang telah banyak dikenal dan disukai oleh masyarakat Indonesia.

Varian produk (disebut juga bauran produk) merupakan satu set produk dan unit produk yang ditawarkan penjual bagi pembeli, misalnya variasi produk Sophie Martin terdiri dari: produk tas, sepatu, baju, kosmetik dan lain-lain. Variasi produk memiliki lebar, panjang, kedalaman dan konsistensinya. Proses pemasaran yang sesungguhnya adalah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan, menetapkan program promosi

dan kebijakan harga, serta menerapkan sistem distribusi untuk menyampaikan barang dan jasa kepada pelanggan atau konsumen. Saat ini, kegiatan pemasaran tidak hanya dapat dianggap sebagai usaha penjualan atas apa yang dimiliki, melainkan harus terfokus pada usaha pemilikan atas apa yang dijual. Setiap program pemasaran harus diawali dengan identifikasi atas kebutuhan konsumen Mahmud, (2021). Menurut Swastha (2009) produk yaitu suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Penting nya pemilihan Produk untuk ditawarkan kepada konsumen dalam melakukan penjualan yaitu memperhatikan apa yang sedang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen saat ini, memberikan produk-produk yang menarik agar konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Jelly Potter memiliki banyak sekali varian rasa sehingga dapat memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memilih dan mendapatkan minuman yang sesuai dengan selera konsumen.

Harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Penetapan harga produk merupakan hal yang penting untuk dilakukan oleh perusahaan baik yang berorientasi pada laba maupun tidak. Harga yang sesuai dipasar mampu menarik minat kosumen dalam proses keputusan pembelian Mahmud, (2021). Menurut Tjiptono, (2008) harga memiliki dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu: (1) Peran lokasi dari harga, yaitu harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh

manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya, (2) Peran informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam ‘mendidik’ konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Saat ini banyak konsumen memiliki persepsi bahwa harga sesuai dengan kualitas yang artinya apabila sebuah barang dengan harga tinggi maka kualitas yang ditawarkan juga baik, tetapi apabila barang memiliki harga rendah maka kualitas yang dimiliki kurang baik. Tetapi untuk minuman Jelly Potter konsumen akan mendapatkan minuman yang berkualitas dengan harga yang rendah.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih tempat yang lebih mudah diakses dibandingkan tempat yang sulit dijangkau karena jauh. Lokasi yang mudah dijangkau dapat memberikan keuntungan dalam waktu dan tenaga. Perasaan aman dan nyaman serta memiliki tempat parkir yang luas juga menjadi pilihan konsumen karena dapat memberikan kepuasan pelanggan yang besar. Persaingan yang ketat antar kompetitor menjadikan situs sebagai faktor penting dalam kesuksesan bisnis karena sebelum memutuskan untuk berkunjung, dengan sendirinya konsumen juga akan menggantikan posisi tersebut. Jelly Potter Kutai Barat terletak di kawasan padat penduduk dan akses mudah dijangkau sehingga pelanggan dapat dengan mudah membeli minuman Jelly Potter.

Pengambilan keputusan (*decision making*) adalah melakukan penilaian terhadap sebuah produk baik barang maupun jasa dan menjatuhkan pilihan terhadap produk

tersebut. Pengambilan keputusan konsumen merupakan suatu hal yang penting bagi konsumen. Proses pengambilan keputusan konsumen terhadap suatu barang atau jasa bergantung dari beberapa hal yang mempengaruhinya. Salah satu hal yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa adalah atribut produk.

Adapun di dalam islam adab-adab dalam berniaga yaitu harus bersikap amanah, ihsan, bekrjasama, tekun, menjauhi perkara yang haram, serta melindungi penjual dan pembeli. Prinsip jual beli yang dapat berhubungan dengan brand ambassador yaitu prinsip keadilan dan kejujuran sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- مَرَّ عَلَى صُنْبِرَةِ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَاءً فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ . قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ . قَالَ أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَمَا يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

Artinya:

*“Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam pernah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka pun beliau bertanya, “Apa ini wahai pemilik makanan?” Sang pemiliknya menjawab, “Makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah.” Beliau bersabda, “Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah, barangsiapa menipu maka dia bukan dari golongan kami.” (HR. Muslim no.102).*

Dalam ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa penjual diharuskan untuk jujur dan tranparan dalam melakukan jual beli. Sama halnya dengan strategi penjualan melalui brand ambassador di mana seorang brand ambassador seharusnya

berperilaku jujur dalam memberikan informasi mengenai produk kepada konsumen.

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**Pengaruh *Brand Ambassador*, Varian Produk, Penentuan Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minuman Jelly Potter Di Kabupaten Kutai Barat**”. Peneliti memilih 4 variabel ini karena merasa variabel tersebut sangat cocok untuk mewakili penilaian terhadap produk Jelly Potter Kutai Barat yang senantiasa menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan pesaing.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Menurut permasalahan diatas, bahwa merumuskan masalah pemasaran sebagai berikut:

1. Apakah *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada minuman Jelly Potter Kutai Barat?
2. Apakah varian produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada minuman Jelly Potter Kutai Barat?
3. Apakah penetapan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada minuman Jelly Potter Kutai Barat?
4. Apakah lokasi mempengaruhi keputusan pembelian terhadap minuman Jelly Potter Kutai Barat?

5. Apakah *brand ambassador*, varian produk, penetapan harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada minuman Jelly Potter Kutai Barat?
6. Apakah *brand ambassador*, varian produk, penetapan harga, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada minuman Jelly Potter Kutai Barat dalam sudut pandang islam?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Menurut rumusan masalah di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pada minuman Jelly Potter Kutai Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh varian produk terhadap keputusan pembelian pada minuman Jelly Potter Kutai Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada minuman Jelly Potter Kutai Barat.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada minuman Jelly Potter Kutai Barat.
5. Untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador*, varian produk, penetapan harga, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada minuman Jelly Potter Kutai Barat.



6. Untuk mengetahui pandangan islam tentang *brand ambassador*, varian produk, penetapan harga, lokasi dan keputusan pembelian pada minuman Jelly Potter Kutai Barat.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1. Manfaat Praktis**

1. Dapat menjadi rujukan bagi owner Minuman Jelly Potter Kutai Barat untuk menentukan apa saja yang menjadi faktor utama agar konsumen melakukan keputusan pembelian sehingga dalam meningkatkan penjualan Minuman Jelly Potter.
2. Dapat menjadi rujukan bagi produsen untuk menentukan produk seperti apa yang sedang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen agar dapat terjadi keputusan pembelian sehingga dapat meningkatkan penjualan Minuman Jelly Potter.

##### **1.4.2. Manfaat Akademis**

1. Manfaat yang akan didapatkan oleh peneliti yaitu dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti dibidang pemasaran, khususnya mengenai *brand ambassador*, varian produk, penetapan harga, lokasi dan keputusan pembelian serta menerakan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan.
2. Manfaat yang didapatkan bagi peneliti selanjutnya yaitu dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian lain dan sebagai bahan acuan yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya mengenai *brand ambassador*, varian produk, penetapan harga, lokasi dan keputusan pembelian.