BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Sinar Sosro merupakan perusahaan teh siap saji yang pertama yang pertama di Indonesia maupun dunia. Bahkan salah satu pasar minuman teh dalam kemasan di Indonesia yaitu *fruit tea* tumbuh menjadi pemimpin pasar karena di bawah naungan sinar sosro. Salah satu inovasi yang di lakukan adalah dengan mengeluarkan minuman teh rasa buah dalam kemasan, *fruit tea* memiliki berbagai macam pilihan varian rasa antara lain, *apple, strawberry, blackcurrant, guava, extreme (apple & balckcurrant), fusion (strawberry & grape).* Produk ini memiliki varian rasa baru yaitu *Fruit tea* Sosro Hot, *Fruit tea* Sosro Freeze, *Fruit tea* Sosro Wow. Produk *Fruit tea* hadir dalam beberapa jenis kemasan antara lain, kemasan botol beling (235 ml), kemasan genggam (200 ml), kemasan kaleng (318ml), kemasan botol plastik (300 dan 500 ml), kemasan pouch (230 ml).

Karena kesuksesan yang telah diraih oleh *fruit tea* berbagai macam produsen lokal yang maupun miltinasional bermunculan, adapun merek-merek minuman teh dalam kemasan yang saat ini sedang berkembang yaitu teh gelas, *Fruit tea*, Nii greentea, Ichi ocha. Dengan berbagai macam rasa dan kemasan yang berbeda serta keunggulan masing-masing produk ditawarkan kepada konsumen dalam rangka memenangkan persaingan. Akibat nya timbul persaingan teh dengan rasa buah dalam kemasan.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Hal ini menunjukkan bahwa persaingan di antara merek-merek minuman teh dalam kemasan semakin ketat. Menghadapi kenyataan demikian, perusahaan dituntut untuk dapat mengembangkan kebijakan pemasaran yang aktif serta senantiasa mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan ekonomi.

Berikut ini disajikan data mengenai pangsa pasar teh siap minum dalam kemasan pada tahun 2013-2014.

Tabel 1.1
Pangsa pasar Minuman Teh dalam Kemasan

No	Brand	2014	2015	2016
1	Teh botol sosro	51%	47.80%	33.80%
2	Teh pucuk harum	5.10%	4.10%	24.80%
3	Fresh tea	11.30%	15.20%	7.20%
4	Ultra teh kotak	8.10%	9.10%	8.10%
5	Fruit tea	5.10%	4.80%	3.80%

Sumber (www. Top Brand –award.com pada tanggal 13 Mei 2018)

Pasar minuman kemasan di Indonesia memang menggiurkan. Berdasarkan data diatas merek ini lah yang menguasai sebagian sebagian besar pangsa pasar indonesia, sehingga untuk menumbus pangsa pasar yang berada di Indonesia untuk perusahaan baru harus lah melakukan inovasi yang baru untuk dapat bersaing dengan merek di atas.

Pada umumnya keputusan pembelian yang diambil konsumen terhadap suatu produk terjadi apabila timbul kebutuhan dalam dirinya. Hal ini dapat dirubah oleh perusahaan dengan menggunakan salah satu unsur bauran pemasaran yaitu melalui produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Salah satu unsur dari bauran produk yaitu

variasi produk dan kemasan, Menurut (Rangkuti, 2010) Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. selain dapat dipergunakan untuk mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusannya juga dapat digunakan sebagai alat bersaing.

Untuk mengetahui dengan jelas mengapa konsumen lebih memilih *fruit tea* dari pada teh kemasan lain, penulis menanyakan ke beberapa konsumen yang telah membeli maupun yang sedang melakukan pembelian teh dalam kemasan *fruit tea* di dikota Padang, mereka berpendapat bahwa *fruit tea* memiliki rasa yang berbeda beda dari pada teh kemasan lain karena memiliki rasa buah yang berbeda dan rasa teh yang dimiliki lebih enak dari pada teh yang lain sedangkan ada beberapa yang berpendapat bahwa adanya beberapa kemasan dan harga yang berbeda seperti *fruit tea* mempunyai kemasan Pouch yang dapat dimasukan kedalam tas tanpa memakan tempat di dalam tas serta kemasan tesebut tahan dan tidak membuat produk mudah tumpah.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **"Pengaruh Variasi Produk dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Fruit tea* (Studi Pada Konsumen *Fruit Tea* Kota Padang)"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukan di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen ?
2. Bagaimana pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembalian konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk menganalisis pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dilakukan agar dapat di ambil adalah:

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini di harapkan memberi manfaat kepada perusahaan sebagai bahan dalam membuat produk harus memperhatikan kemasan yang baik, dan varian rasa yang baik.
2. Bagi akademis, Sebagai bahan atau pertimbangan untuk menambah wawasan serta ilmu pengetahuan jika meneliti topik dan topik yang sama dan dapat dijadikan sebagai referensi kepustakaan demi kemajuan ilmu pengetahuan, khusus nya ilmu pengetahuan pemasaran
3. Pihak peneliti selanjutnya, sebagai bahan bacaan dan dapat memberikan informasi sehingga dapat mendorong penelitian selanjutnya.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk lebih mengarahkan penulis dalam melakukan penelitian, maka penelitian ini hanya dibatasi untuk mengetahui analisis pengaruh variasi produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian *fruit tea*.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penalitian ini terdiri dari beberapa bab, dab setiap bab memiliki sub bagiannya masing-masing, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang konsep-konsep dasar penelitian, yaitu: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini menjelaskan teori-teori yang diperlukan untuk menjelaskan variabel-variabel pada penelitian yang berisi tentang landasan teori penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode yang digunakan dalam penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Bab ini berisi tentang gambaran umum responden, deskripsi jawaban responden, hasil dari penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian penutupyang berisi kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA