



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

BAB I

PENDAHULUAN

1.A Latar Belakang Masalah

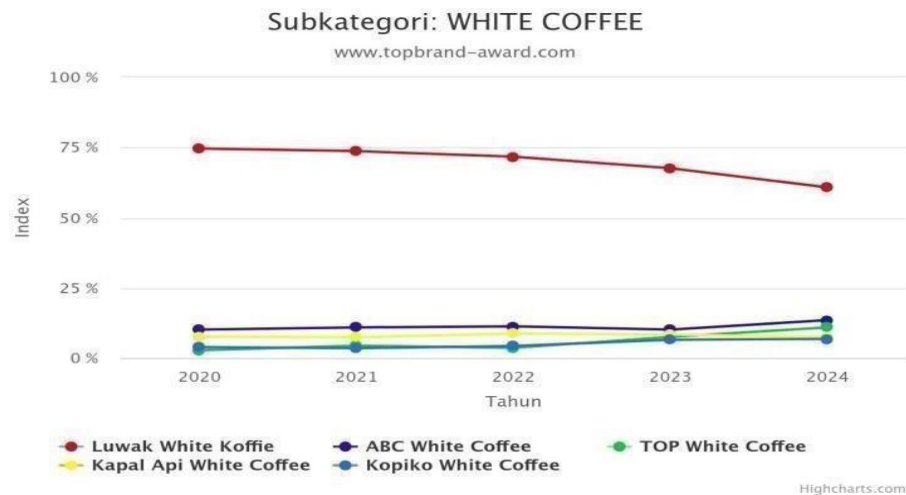
Dalam era globalisasi yang semakin maju, persaingan di industri minuman instan, khususnya kopi, semakin ketat. Industri ini terus berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen akan produk kopi instan yang praktis dan berkualitas. Banyak merek kopi instan yang berusaha merebut perhatian konsumen dengan berbagai strategi pemasaran, menciptakan persaingan yang semakin kompleks.

Kopi instan telah menjadi bagian dari gaya hidup modern, di mana masyarakat menginginkan sesuatu yang cepat dan mudah, namun tetap memberikan pengalaman rasa yang memuaskan. Salah satu merek yang cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia adalah Luwak White Koffie. Produk ini menawarkan sensasi minum kopi yang berbeda dari kopi instan pada umumnya, dengan rasa yang lebih ringan dan kandungan yang diklaim lebih sehat.

Citra merek salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih produk dengan citra merek yang kuat dan memiliki reputasi baik. Menurut sherly et al (2022), Citra merek (Brand Image) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman.



Luwak White Koffie telah berhasil membangun citra merek yang positif melalui berbagai strategi pemasaran, seperti iklan di televisi, media sosial, serta testimoni dari konsumen yang merasa puas dengan produk ini.



Gambar 1.1 Grafik Top Brand Award
Sumber: www.topbrand-award.com Di Akses 2024

Berdasarkan data dari www.topbrand-award.com pada kategori White Coffee, Luwak White Koffie berhasil mendominasi pasar dengan indeks tertinggi dari tahun 2020 hingga 2024, meskipun mengalami sedikit penurunan dalam kurun waktu tersebut dibandingkan dengan merek lain seperti ABC White Coffee, Kopiko White Coffee, dan Kapal Api White Coffee.

Selain citra merek, kualitas produk juga menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian. Konsumen akan cenderung membeli kembali suatu produk jika mereka merasa puas dengan kualitasnya. Luwak White Koffie menawarkan produk dengan rasa yang khas, aroma yang menggoda, serta ramah bagi lambung, yang menjadi daya tarik tersendiri



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

bagi konsumen.

Kualitas merupakan nilai dari suatu yang ditawarkan kepada konsumen, hal ini penting dilakukan perusahaan untuk membuat produk dengan kualitas yang ditampilkan. Pengertian kualitas produk Menurut Apriani et al (2021), yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberikan kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau setidaknya menyamai kualitas produk dari pesaing.

Penelitian-penelitian terdahulu mendukung pentingnya kedua variabel ini. Hasil penelitian oleh Dede Solihin et al. (2024), di Dealer Tunas Toyota Cinere menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Anita Pangestu Ariani dan Kiswanul Arifin (2021), yang menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti di Arsila Bakery Tanjung. Kedua penelitian tersebut menegaskan bahwa konsumen lebih cenderung membeli produk yang mereka percayai kualitasnya dan mereknya telah terbukti unggul.

Di Tembilahan, yang merupakan ibu kota Kabupaten Indragiri Hilir,



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Riau, kebiasaan mengkonsumsi kopi sudah menjadi bagian dari budaya masyarakat. Kopi tidak hanya dinikmati sebagai minuman sehari-hari, tetapi juga sebagai bagian dari interaksi sosial. Dengan adanya berbagai pilihan kopi instan di pasaran, persaingan antar merek semakin ketat, sehingga penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di daerah ini.

Fenomena meningkatnya konsumsi kopi instan di Tembilahan menunjukkan adanya pergeseran preferensi masyarakat terhadap produk-produk yang lebih praktis. Hal ini sejalan dengan gaya hidup modern yang menuntut efisiensi dalam segala aspek, termasuk dalam memilih produk makanan dan minuman. Luwak White Koffie hadir sebagai solusi bagi mereka yang ingin menikmati kopi dengan cara yang lebih praktis tanpa mengorbankan rasa dan kualitas.

Namun, meskipun Luwak White Koffie memiliki citra merek yang cukup baik dan kualitas produk yang dianggap unggul, belum tentu semua konsumen di Tembilahan memilih produk ini dibandingkan dengan merek kopi instan lainnya. Beberapa faktor lain seperti harga, distribusi, dan promosi juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Penelitian mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Tembilahan menjadi relevan untuk memahami sejauh mana kedua faktor ini berkontribusi dalam membentuk preferensi konsumen. Dengan mengetahui pengaruh dari masing-masing faktor,



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing produk.

Sebagai daerah yang terus berkembang, Tembilahan memiliki potensi pasar yang cukup besar bagi produk-produk konsumsi, termasuk kopi instan. Perubahan pola konsumsi masyarakat dapat memberikan peluang maupun tantangan bagi produsen kopi instan dalam mempertahankan loyalitas konsumennya. Oleh karena itu, studi ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi para pelaku bisnis di industri kopi instan.

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan gambaran mengenai preferensi konsumen di daerah tertentu, sehingga dapat menjadi referensi bagi produsen dalam mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan selera pasar. Pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian juga dapat membantu perusahaan dalam menyesuaikan strategi promosi dan distribusi agar lebih efektif.

Citra merek yang kuat biasanya dikaitkan dengan persepsi positif terhadap produk. Jika konsumen memiliki pandangan baik terhadap suatu merek, mereka cenderung akan lebih loyal terhadap produk tersebut. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk terus membangun citra merek yang positif agar dapat mempertahankan pangsa pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kualitas produk juga tidak kalah penting dalam mempertahankan



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

loyalitas konsumen. Sebuah produk dengan kualitas yang baik akan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kemungkinan pembelian ulang. Luwak White Koffie, dengan segala keunggulan yang ditawarkan, perlu memastikan bahwa konsumen tetap mendapatkan kualitas yang konsisten dari setiap produk yang mereka beli.

Distribusi produk juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk yang mudah didapatkan di berbagai tempat, seperti minimarket, supermarket, atau warung-warung kecil di sekitar mereka. Oleh karena itu, keberadaan produk di berbagai saluran distribusi dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan juga berperan besar dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Iklan yang menarik, diskon, serta program loyalitas dapat meningkatkan minat konsumen untuk mencoba atau tetap menggunakan produk tertentu. Oleh karena itu, penting bagi produsen Luwak White Koffie untuk terus melakukan inovasi dalam strategi pemasarannya agar dapat tetap relevan di pasar.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif, tidak hanya bagi produsen Luwak White Koffie tetapi juga bagi perusahaan lain yang bergerak di industri kopi instan. Dengan memahami faktor-faktor yang



mempengaruhi keputusan pembelian, perusahaan dapat merancang kebijakan yang lebih tepat sasaran.

Selain bagi perusahaan, penelitian ini juga dapat memberikan manfaat bagi akademisi yang tertarik untuk mendalami studi mengenai perilaku konsumen. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa di wilayah lain atau dengan variabel tambahan yang lebih luas.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan guna mengidentifikasi sejauh mana citra merek, kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian Luwak White Koffie di Tembilahan. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut masalah tersebut dalam sebuah karya ilmiah dengan judul. **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie Di Tembilahan”**.

1.B Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap Keputusan pembelian luwak white koffie di tembilahan?
2. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian luwak white koffie di tembilahan?



3. Apakah citra merek, kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian luwak white koffie di tembilahan?

1.C Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.C.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap Keputusan pembelian luwak white koffie di tembilahan.
- b. Untuk mengetahui apakah kualitas produk terhadap Keputusan pembelian luwak white koffie di tembilahan.
- c. Untuk mengetahui apakah citra merek, kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian luwak white koffie di tembilahan.

1.C.2 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis membuat manfaat penelitian baik secara teoritis dan praktis diantaranya:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap Keputusan pembelian luwak white koffie dan menguji teori-teori yang terkait citra merek, kualitas produk dalam konteks minuman instan.

- b. Manfaat Praktis



- 1) Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam pemahaman tentang citra merek, kualitas produk terhadap Keputusan pembelian terutama dibidang pemasaran.
- 2) Bagi Perusahaan memberikan wawasan mengenai pentingnya citra merek, kualitas produk dalam meningkatkan penjualan, serta memberikan data yang bisa digunakan Perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya penelitian diharapkan dapat menambah referensi dan manfaat untuk peneliti selanjutnya berkaitan dengan citra merek, kualitas produk dan Keputusan pembelian.

1.D Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang Landasan Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Pada bab ini menguraikan tentang Desain Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Pengumpulan Data, Analisis Data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang Gambaran Umum Obyek Penelitian, Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang dapat diberikan berkaitan dengan masalah yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIODATA SINGKAT PENULIS