

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

COVID 19 membawa perubahan yang signifikan kepada masyarakat, terutama di Indonesia tentang pentingnya menjaga kesehatan. Menurut Dimas Rahadian Aji Muhammad S.T.P., M.Sc.(2020) “Selain memegang teguh prinsip aman, bergizi, beragam dan berimbang, sangat disarankan untuk mengkonsumsi sumber protein, vitamin dan mineral lebih dari biasanya“ Kesadaran akan hidup sehat dimunculkan dengan mengatur pola hidup seimbang terutama olahraga (ringan atau pun berat).

Bagi kalangan tertentu olah raga bukan hanya sekedar kebutuhan namun juga menjadi passion dalam mencapai tujuan tertentu seperti tubuh yang atletis dan bugar. Dalam hal itu, perkembangan produk susu protein mengalami peningkatan yang sangat pesat. Susu Whey Protein Evolene sendiri berfungsi untuk membantu memenuhi kebutuhan protein di dalam tubuh dan membantu dalam pembentukan tubuh yang atletis dan bugar.

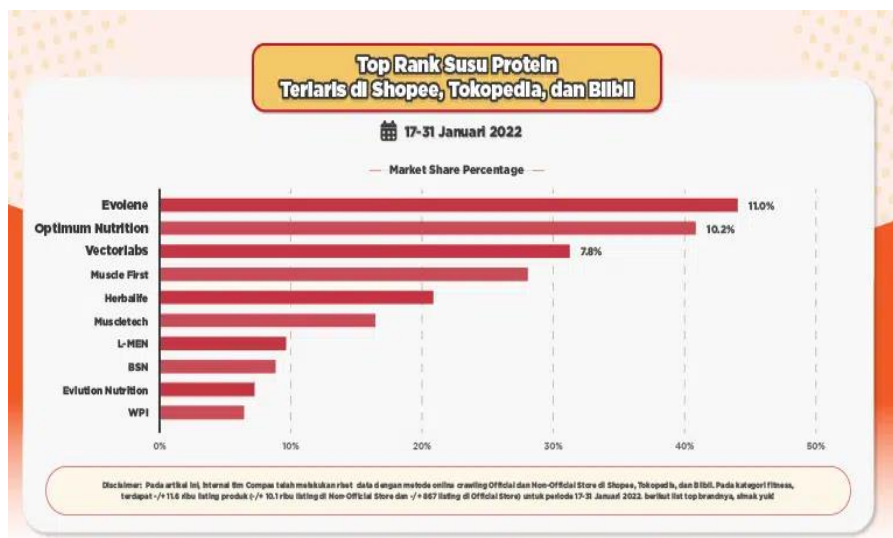
Perkembangan media social seperti sekarang banyak bermunculan di Instagram, TikTok, Facebook #Glowup #TubuhFit #30DayChalleng. Hal ini menjadikan faktor pendorong masyarakat di Indonesia untuk memiliki tubuh yang bugar dan atletis. Keinginan Masyarakat Indonesia terhadap hal tersebut dikarenakan adanya dukungan dari para influencer serta atlit,dan juga artis yang menyuarakan olahraga dan pembentukan tubuh yang bugar dan atletis.

Oleh karena itu, kini begitu banyak merek susu whey protein yang bermunculan di Indonesia.Evolene sendiri menjadi 1BEST SELLER FITNESS SUPPLEMENT di Indonesia,Banyak produk whey protein selain Evolene seperti :

1. Go_Fitlife
2. Muscle First
3. EVL
4. Vectorla BS

Dari beberapa competitor di atas Evolene lebih banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia. Hal ini terbukti dengan jumlah Follower yang dimiliki Evolene lebih banyak, Postingan serta Review menyatakan bahwa Evolene jauh lebih bagus kualitasnya dan memiliki rasa yang cocok untuk masyarakat Indonesia.

Evolene memberikan kemudahan masyarakat dalam memperoleh produknya dengan menjual melalui Platform media social yang beragam seperti Shoope, Tokopedia, LAZADA, Blibli, dan Bukalapak. Dalam penjualan di bulan Januari tahun 2022 Evolene menempati posisi pertama, ini membuktikan bahwa kualitas dan manfaat yang diberikan evolene sangat di minati oleh masyarakat.



Gambar 1.1 Top Rank Susu Protein Terlaris di Media Social 2022

Sumber: <https://compas.co.id/article/brand-susu-protein-terlaris/>

Peran promosi dilakukan untuk berkomunikasi, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran.

Dengan promosi maka produk akan lebih mudah dikenal masyarakat dan mudah mencapai target konsumen. Oleh karena itu promosi sangatlah penting bagi perkembangan sebuah usaha. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Brata et al (2017) menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Evolene sendiri sering melakukan kegiatan promosi yang berupa Challenge dan juga melakukan Giveaway dengan syarat harus membeli produk evolene. Fungsinya untuk mendorong keinginan masyarakat .Selain itu Evolene juga melakukan promosi di media social seperti Instagram, Youtube, dan juga Facebook.

Kualitas Produk menjadi pertimbangan yang penting dan harus diterapkan bagi suatu perusahaan. Dengan Kualitas Produk yang baik dapat meningkatkan produk yang mereka miliki. Evolene sangat memperhatikan kualitas produk olahannya dan juga memperhatikan aspek-aspek lain yang mendukung bisnis tersebut supaya tetap berjalan dengan baik. Seperti melakukan uji tes , Sertifikat HALAL , dan lulus BPOM. Evolene sendiri juga sudah memenangkan penghargaan TOP BRAND AWARD 2022 dan bersertifikat Labdoor USA.



Gambar 1.2 Sertifikat TOP BRAND AWARD

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/2022/04/brand-suplemen-fitness-evolene-raih-top-brand-award-2022/>

Kualitas produk itu sendiri juga harus memenuhi kebutuhan konsumen tujuan dari kualitas produk itu untuk mengetahui perilaku konsumen dengan cara mempengaruhi dalam pilihannya untuk menggunakan produk tersebut sehingga hal ini dapat memudahkan konsumen untuk mengambil sebuah keputusan dalam melakukan pembelian. Menurut (Kotler dan Armstrong (2015) kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil dan menurut (Yamit (2017), Davis menjelaskan bahwa “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Evolene sendiri menawarkan produknya dengan kualitas yang baik dan mampu bersaing dengan competitor lainnya, dengan kelebihan yang dimiliki Evolene akan membuat konsumen untuk membeli produk Evolene lagi. Konsumen akan meresap citra positif dari suatu Brand atau perusahaan, jika telah menemukan kecocokan dan memenuhi apa yang diharapkan dari produk tersebut. Sehingga, konsumen akan terus mencari merek tersebut dan pada tahap inilah konsumen melakukan pembelian ulang. Menurut para ahli, “Keputusan pembelian didefinisikan Rangsangan pemasaran dan lingkungan yang mulai memasuki kesadaran pembeli, karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusan pembelian tertentu (Philip Kotler 2008). Berikut adalah keputusan pembelian menurut para ahli. Menurut (Buchari Alma (2016) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process.

Citra Merek yang positif menciptakan kesetiaan konsumen, kepercayaan yang baik terhadap nilai merk tersebut dan minat untuk menggunakan merk termasuk mampu membantu meningkatkan minat konsumen pada promosi merek di masa yang akan datang dan memperkuat posisi dalam menghadapi berbagai kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh brand lainnya. Menurut respon pengguna mengenai Evolene dinilai baik dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk Susu whey protein Evolene.

Brand yang positif membuat citra merk akan semakin bagus dan di minati oleh banyak masyarakat. Sehingga masyarakat akan selalu memilih produk Evolene sebagai produk susu WHEY Protein yang memiliki kualitas yang bagus di bandingkan merk lainnya. Berdasarkan latar belakang diatas, maka akan dilakukan penelitian lebih lanjut dengan reapiikasi murni dari jurnal Oktavianti, Rani Budiarti 2021

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Apakah Promosi produk berpengaruh terhadap citra merek pada produk Evolene?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap citra merek pada produk Evolene?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Evolene?
4. Apakah Promosi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Evolene?
5. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Evolene?

6. Apakah Promosi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang di mediasi oleh citra merek pada produk Evolene?
7. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang di mediasi oleh citra merek pada produk Evolene?

B. . Tujuan Penelitian

Berdasar latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka yang menjadipokok masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan dan Menganalisis Promosi produk terhadap citra merek pada Evolene
2. Menjelaskan dan Menganalisis Kualitas Produk terhadap citra merek pada Evolene
3. Menjelaskan dan Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada Evolene
4. Menjelaskan dan Menganalisis Promosi produk terhadap keputusan pembelian pada Evolene
5. Menjelaskan dan Menganalisis Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada Evolene
6. Menjelaskan dan Menganalisis Promosi produk terhadap keputusan pembelian yang di mediasi oleh citra merek pada produk Evolene
7. Menjelaskan dan Menganalisis Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian yang di mediasi oleh citra merek pada produk Evolene.

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat secara praktis maupun manfaat secara teoritis.

1. Manfaat Teoritis

Sumber pengetahuan mengenai pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variable intervening, serta sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan secara teoritis

2. Manfaat Praktis

Pada penelitian ini sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan atau pelaku bisnis dalam mengambil keputusan mengenai strategi yang dilihat dari keputusan pembelian melalui promosi dan kualitas produk terhadap citra merek.

