

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dilihat dari iklim Indonesia yang merupakan iklim tropis, setiap orang merasa haus dan kekurangan cairan. Setiap orang membutuhkan minuman di mana pun mereka berada. Di era modern saat ini, masyarakat semakin sadar akan pentingnya kesehatan, apalagi saat ini gaya hidup setiap masyarakat telah berubah dibandingkan dengan masa lalu. Dilihat dari dinamika kehidupan yang semakin modern, masyarakat tidak memiliki waktu untuk menjaga kesehatannya, terutama di perkotaan, gaya hidupnya seringkali berisiko mengalami stres tinggi dan kualitas gizi yang menurun. Pentingnya produk minuman yang dapat meningkatkan kesehatan dan meningkatkan stamina bagi konsumen. Karena kesehatan merupakan hal yang sangat penting bagi setiap masyarakat untuk dapat melakukan aktivitas seperti biasanya. Untuk mengatasi tingginya persaingan dalam bisnis maka perusahaan harus memperhatikan salah satu fungsi pokoknya yaitu pemasaran.

Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis (Ii & Teoritis, 2020). Upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan kepuasan konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas produk, menerapkan strategi harga dan promosi yang tepat sasaran. Suatu perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen, harus mempelajari dan menganalisa terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan konsumen pada saat ini dan zaman yang akan datang.

Dari sekian banyak produk minuman ringan itu, isotonik termasuk yang cukup fenomenal pertumbuhan pasarnya. Isotonik tergolong kategori baru di industri minuman. Seiring berjalannya waktu minuman isotonik, memiliki banyak merek baru yang telah meramaikan dunia pemasaran. Salah satu perusahaan yang memproduksi

minuman isotonik adalah PT. Amerta Indah Otsuka. Disaat tidur kita tidak dapat mengganti cairan selama kurang lebih 8 jam, sehingga tubuh menjadi kekurangan cairan. Pocari Sweat adalah perusahaan pelopor atau pionir untuk minuman isotonik yaitu minuman dengan kandungan mineral dan ion sebagai pengganti cairan elektrolit tubuh yang hilang pada saat melakukan aktivitas seperti olahraga, bekerja, berpikir atau sebagai minuman rutinitas untuk melepas dahaga (Habibullah & Sugiyono, 2021).

Saat ini, tempat *jogging* sudah menjadi tempat yang tidak asing lagi bagi masyarakat untuk berolahraga, berlari atau sekedar jalan-jalan. Olahraga memiliki banyak manfaat bagi tubuh. Olahraga bisa dilakukan kapan saja, di mana saja. Inilah mengapa *jogging* sangat populer di kalangan masyarakat. Stadion Mandala Krida Yogyakarta merupakan tempat olahraga yang menyediakan tempat *jogging* di daerah Yogyakarta. Selain sebagai tempat jogging, Stadion Mandala Krida juga digunakan untuk pertandingan sepak bola umum dan beberapa event besar di kota Yogyakarta. Stadion Mandala Krida memiliki fasilitas olahraga seperti lapangan voli, bersepeda, panjat tebing, dan lapangan basket. Stadion Mandala Krida dengan fasilitas olahraganya yang lengkap telah menarik perhatian orang yang datang berkunjung dan berolahraga. Kebutuhan pengunjung Stadion Mandala Krida setelah berolahraga adalah minum air isotonik. Minuman isotonik sangat penting bagi tubuh manusia, terutama untuk masyarakat yang sedang berolahraga, sebab minuman isotonik mencegah dehidrasi. Minuman isotonik mengandung kadar gula yang cukup tinggi, maka dari itu harus diselingi dengan aktivitas fisik seperti berolahraga. Adanya fenomena di Stadion Mandala Krida dimana ketika berolahraga pengunjung mengonsumsi Pocari Sweat. Hal ini diamati langsung oleh peneliti ketika peneliti sedang menjalankan program Kampus Merdeka Pertukaran Mahasiswa di Universitas Gadjah Mada, yang suatu kebetulan asrama tempat tinggal peneliti terletak didepan Stadion Mandala Krida. Sehingga alasan inilah yang membuat peneliti tertarik untuk menjadikan Pengunjung Stadion Mandala Krida sebagai objek penelitian.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Jargalsaikhan et al., 2019). Perusahaan

hendaknya memberikan kepuasan kepada konsumen terhadap produk yang dimilikinya, karena konsumen akan lebih selektif dalam memilih suatu produk yang ingin dikonsumsi. Kepuasan konsumen ini dapat didasarkan oleh beberapa faktor seperti promosi, harga, kualitas produk dan citra merek. Hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih serta mengkonsumsi suatu produk.

Berdasarkan pra survei kepada 40 orang pengunjung Stadion Mandala Krida dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti di Stadion Mandala Krida Yogyakarta diperoleh bahwa 58% membeli minuman isotonik karena lebih praktis, 23% membeli minuman isotonik karena sedang membutuhkan minuman untuk menambah ion dalam tubuh, 14% karena lupa membawa minuman dan 5% karena ketepatan ada yang menjual minuman isotonik di Stadion Mandala Krida Yogyakarta. Berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan bahwa pengunjung Stadion Mandala Krida cenderung membeli minuman isotonik karena lebih praktis dalam memenuhi kebutuhan ketika beraktivitas di Stadion Mandala Krida.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan pada 40 orang pengunjung Stadion Mandala Krida diperoleh bahwa 67,5% merasa puas terhadap produk Pocari Sweat sedangkan 32,5% lainnya berpendapat bahwa rasa dari Pocari Sweat cukup aneh dan berbeda dari minuman berasa lainnya serta produk Pocari Sweat tidak dapat dikonsumsi dalam keadaan perut kosong terutama bagi konsumen yang penderita asam lambung. Jika perusahaan ingin meningkatkan keuntungan maka perusahaan hendaknya memenuhi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga, kualitas produk, citra merek dan promosi.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga. Harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Patel, 2019). Harga memiliki persepsi yang berbeda-beda menurut pandangan setiap konsumen dalam menentukan kepuasan konsumen.

Tabel 1. 1 Daftar Harga Produk Minuman Isotonik

| Jenis Ukuran | Pocari Sweat | Mizone |
|--------------|--------------|----------|
| 350 ml | Rp 7.000 | Rp 3.600 |
| 500 ml | Rp 8.600 | Rp 5.400 |

Tabel 1.1 Sumber : Indomaret Baciro, 2022

Berdasarkan pra survei yang dilakukan pada 40 orang pengunjung Stadion Mandala Krida terdapat 91,7% berpendapat bahwa harga cukup terjangkau sedangkan 8,3% mengatakan bahwa harga Pocari Sweat yang terlalu mahal. Sebagai pembandingan, Pocari Sweat dan Mizone dalam hal ukuran yang sama memiliki harga yang berbeda. Mizone memiliki harga yang cenderung lebih murah dan terjangkau akan tetapi Pocari Sweat memiliki harga yang mahal. Maka perusahaan harus mampu menentukan harga yang dapat dijangkau di berbagai pihak. Harga yang terjangkau akan menambah tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Gabriel Deka Putranusa (2019) yaitu dengan judul penelitian Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Fandy Tjiptono, 2019). Dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti Nilasari, Suhardi M Anwar, Duriani (2020) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Mitra Bangunan di Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu (Anwar S.M Suhardi, Nilasari & Duriani, 2020). Dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor selanjutnya yang juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja serta lingkungan untuk memenuhi setiap konsumen (Andini, 2020). Apabila suatu perusahaan mampu menciptakan kualitas yang lebih tinggi, maka akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki kualitas lebih rendah.

Berdasarkan pra survei dan observasi lapangan yang dilakukan peneliti kepada 40 pengunjung Stadion Mandala Krida, terdapat 94,4% berpendapat bahwa kualitas produk Pocari Sweat sudah baik, sedangkan 5,6% konsumen berpendapat bahwa jarang mengonsumsi karena pada saat membuka tutup botol minuman Pocari Sweat maka harus segera habis atau tidak dapat dikonsumsi sehari-hari jika tidak kualitas minuman akan menurun. Sebagai pembandingan, dapat dilihat dari perbandingan kompetitor Pocari Sweat sendiri, masih sama-sama jenis minuman isotonik yang diminati banyak konsumen. Mizone dan Pocari Sweat merupakan produk yang dapat menambah ion dalam tubuh pada saat selesai beraktivitas. Akan tetapi untuk rasa yang

dimiliki, Pocari Sweat memiliki rasa yang unik relatif ringan dengan sensasi asam, asin dan sedikit manis, Mizone memiliki rasa *lychee lemon, starfruit, cherry blossom, cranberry*. Sedangkan dalam hal ukuran Pocari Sweat memiliki banyak ukuran mulai dari sachet sampai dengan ukuran 2L berbeda dengan Mizone yang hanya memiliki ukuran 350ml dan 500ml. Dalam hal keunggulan kualitas, tiap produk mempunyai keunggulannya sendiri. Maka perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas yang baik. Dengan kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan sendiri bagi konsumen. Ida Ayu Putu Dian Savitri (2018) dengan judul penelitian Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang (Savitri & Wardana, 2018). Dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ivo Selvia Agusti dan Yogaswara Verano (2022) yaitu dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen KFC Arjuna Medan Perjuangan (Agusti & Verano, 2022). Dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor selanjutnya yang juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah citra merek. Citra merek merupakan sebuah pemikiran atau perasaan seorang konsumen ketika mendengar atau melihat nama suatu merek. Citra merek adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pemahaman seseorang tentang sesuatu (Miati, 2020). Persaingan yang sengit, dan citra merek membantu menciptakan dan mempertahankan daya saing produk. Pocari Sweat mampu memposisikan diri sebagai merek *Top Of Mind* sekaligus membangun citra positif di kategori minuman isotonik. Jika suatu produk memiliki citra merek yang kuat, maka akan mempengaruhi kepercayaan konsumen untuk membeli produk tersebut. Citra merek mengacu pada skema memori merek yang mencakup pandangan konsumen terhadap manfaat, penggunaan, keadaan, karakteristik pengguna dari pemasar dan karakteristik produsen. Pocari Sweat hadir dalam berbagai ukuran yaitu: 330ml, 350ml, 500ml, 900ml, 2L dalam cup dan sachet 15g. Slogan Pocari Sweat adalah "Go Sweat Go Ion".

Berdasarkan pra survei dan observasi lapangan yang dilakukan peneliti kepada 40 pengunjung Stadion Mandala Krida, terdapat 85% berpendapat bahwa produk

Pocari Sweat memiliki citra merek yang kuat, sedangkan 15% lainnya mengatakan Pocari Sweat tidak begitu dikenal bagi kalangan tua karena lebih memilih untuk mengonsumsi minuman yang lebih natural tanpa perasa buatan. Maka perusahaan harus mampu meningkatkan citra merek di berbagai kalangan muda maupun kalangan tua. Sebagai pembandingan dapat dilihat dari perbandingan kompetitor Pocari Sweat sendiri yang memiliki target pasar yang sama, akan tetapi cenderung berbeda dalam hal posisi pemasaran. Mizone cenderung memposisikan produknya sebagai minuman isotonik untuk aktifitas sehari-hari sedangkan Pocari Sweat memposisikan dirinya sebagai minuman olahraga dan dapat meningkatkan kesehatan bagi para olahragawan. Citra merek yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Firmansyah Aji Nugroho dan Dr. Drs. Agung, Yuniarinto MS., CMA (2021) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Internet Telkomsel (Nugroho & Yuniarinto, 2021). Dimana hasil penelitian menyatakan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti Abul Hasan Asy'ari (2018) yaitu dengan judul penelitian Pengaruh Distribusi, Layanan Purna Jual, Citra Merek, dan Fanatisme Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Mobil Merek Toyota di Banjarmasin (Asy'ari, 2018). Dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti

Faktor selanjutnya yang juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah promosi. Promosi merupakan sebuah upaya bujukan (persuasi) yang digunakan untuk membujuk atau mendorong konsumen untuk mau membeli produk maupun jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan (Kusumawati, 2021). Perusahaan melakukan promosi untuk menarik konsumen agar membeli produk yang disediakan oleh perusahaan. Pocari Sweat memasarkan dan memperkenalkan produk kepada konsumen melalui kegiatan promosi. Promosi dilakukan untuk menarik konsumen, membuat mereka puas dengan produk, dan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Selain itu, untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam memasarkan barang atau jasa tidak hanya mengembangkan produk, harga dan menggunakan saluran distribusi, tetapi juga harus didukung dengan kegiatan promosi. Sebagai

pembandingan kegiatan promosi yang dilakukan Pocari Sweat untuk mempromosikan produknya melalui iklan yang cukup intensif, seperti JKT48, dimana girl group Twice menjadi bintang iklan Pocari Sweat di Korea Selatan. Tak hanya girl group, Pocari Sweat juga banyak memilih artis sebagai bintang iklan produk. Salah satunya adalah Kim So-Hyun, aktris muda yang membintangi film *Moon Embracing The Sun* dan *Missing You*. Pocari Sweat mengeluarkan iklan terbaru versi astronot dengan tema “Pocari Sweat Goes to Space”. Iklan versi ruang angkasa tersebut bekerja sama dengan pesawat luar angkasa Rusia. Dari seluruh aktivitas periklanan itu, iklan pocari tiap tahun meningkat (Tanjung, 2018). Sedangkan Mizone mempromosikan produknya melalui iklan, radio, dan media cetak akan tetapi tidak bisa menggantikan posisi Pocari Sweat yang lebih dahulu dikenal konsumen.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan pada 40 orang pengunjung Stadion Mandala Krida berpendapat bahwa 93,7% promosi yang dilakukan sudah menarik dan bersifat persuasif, sedangkan 6,3% lainnya mengatakan bahwa promosi yang dilakukan Pocari Sweat kurang luas karena generasi tua yang tidak menjadi target pasar dari Pocari Sweat serta generasi tua tidak aktif dalam media sosial yang membuat tidak mengetahui promosi yang dilakukan Pocari Sweat. Maka perusahaan harus mampu memperluas target pasar karena promosi dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Gabriel Deka Putranusa (2019) yaitu dengan judul penelitian Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Fandy Tjiptono, 2019). Dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti Ryan Agung (2020) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha CV Saporito Pekanbaru (Agung, 2020). Dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Pocari Sweat Pada Pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta”**.

1.2. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta bermanfaat sebagai bahan referensi, informasi dan teori yang mendukung bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian berhubungan dengan harga, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan masukan, menambah wawasan, memberikan pandangan terhadap permasalahan yang terjadi dalam merumuskan strategi khususnya mengenai harga, kualitas produk, dan promosi. Sehingga kepuasan konsumen Pocari Sweat tetap dapat terjaga dan membuat konsumen menjadi memiliki loyalitas yang tinggi.

1.3. Rumusan Masalah

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

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen produk Pocari Sweat pada pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk Pocari Sweat pada pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen produk Pocari Sweat pada pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen produk Pocari Sweat pada pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta?
5. Apakah terdapat pengaruh harga, kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap kepuasan konsumen produk Pocari Sweat pada pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta?

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian adalah:

1. Variabel Terikat (Y) : Kepuasan konsumen

2. Variabel Bebas (X) : Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Citra Merek (X3), Promosi (X4)
3. Objek Penelitian : Pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta
4. Periode Pengamatan : Penelitian ini dimulai tahun 2022

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen produk Pocari Sweat pada pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk Pocari Sweat pada pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen produk Pocari Sweat pada pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen produk Pocari Sweat pada pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga, kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap kepuasan konsumen produk Pocari Sweat pada pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta

1.6. Originalitas

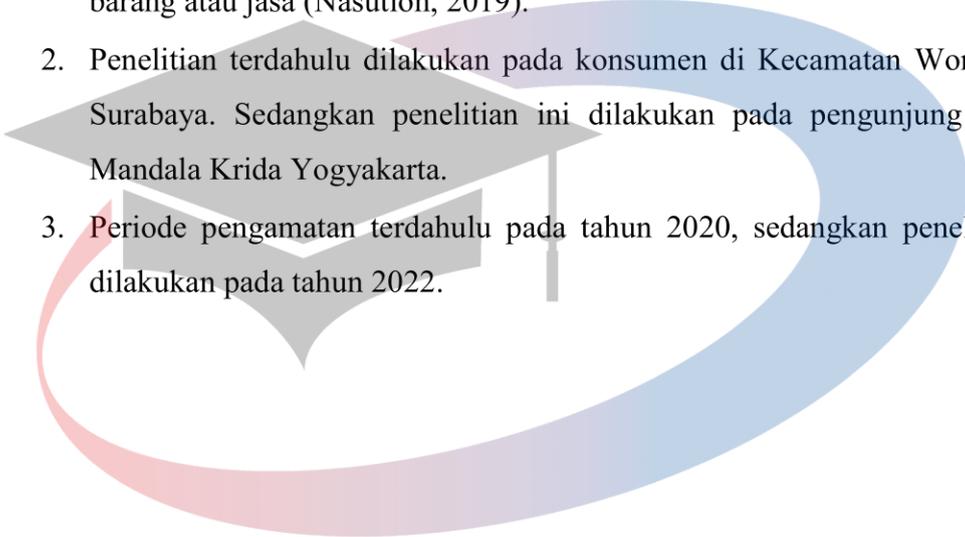
Penelitian ini merupakan replikasi dari peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Chelsi Goris Manek berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Susu Indomilk di Kecamatan Wonokromo Surabaya” (Rendra Alfian Ardiansyah & Tony Susilo Wibowo, 2020).

Adapun perbedaan peneliti sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas yaitu kualitas produk, promosi dan citra merek, sedangkan pada penelitian ini

menambahkan variabel bebas harga. Alasan peneliti menambahkan variabel harga karena harga memiliki peran strategik dalam menentukan kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian melalui kesesuaian harga dengan spesifikasi yang dimiliki produk. Yang dimana harga merupakan sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa (Nasution, 2019).

2. Penelitian terdahulu dilakukan pada konsumen di Kecamatan Wonokromo Surabaya. Sedangkan penelitian ini dilakukan pada pengunjung Stadion Mandala Krida Yogyakarta.
3. Periode pengamatan terdahulu pada tahun 2020, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL