

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia usaha yang semakin pesat saat ini berbagai perusahaan melakukan inovasi-inovasi baru terhadap produk yang telah mereka luncurkan. Perkembangan dunia usaha telah menyebabkan tuntutan akan sebuah produk semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman.

Salah satu faktor yang memicu pertumbuhan makanan dan minuman ialah tidak lepas dari perubahan perilaku konsumen Indonesia. Pasar Indonesia mulai beralih dari makanan dan minuman tradisional ke produk yang lebih praktis dan modern (siap minum dan siap makan). Budaya instan ini memajukan bisnis makanan dan minuman serta meninggalkan medel mengolah sendiri.

Peluang tersebut tampaknya dijawab oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk melalui merek Supermi. Supermi pertama kali diluncurkan pada tahun 1968 sebagai mie instan serba guna. Pada tahun 1976 supermi hadir pertama kalinya dengan rasa kaldu ayam. Supermi merupakan mie instan yang diluncurkan sebelum Indomie untuk mi instan serbaguna dan sesudah Indomie untuk mi instan dengan bumbu. Dapat dilihat tabel top brand index mie instan dalam kemasan tahun 2013-2015 pada tabel 1.1.

Dapat diperhatikan bahwa Supermi memang belum mampu untuk

mengungguli pesaing lainnya seperti Indomie dan Mie sedaap. Meskipun Supermi terlebih dahulu menancapkan namanya sebagai produsen mie instan pertama di Indonesia, namun menurut data yang tersedia diatas belum mampu menjadi pesaing berat Indomie dan Mie sedaap.

Tabel 1.1
TABEL TOP BRAND INDEX MIE INSTAN DALAM KEMASAN 2013-2015

Produk	Indomie	Mie sedaap	Supermi
Tahun			
2013	80,6 %	13,5 %	2,1 %
2014	75,9 %	14,4 %	2,8 %
2015	75,9 %	15,9 %	2,7 %

Sumber : www.topbrand-award.com

Berbagai inovasi pun telah dilakukan oleh Supermi untuk menjaga konsistennya seperti Supermi rasa ayam bawang, Supermi rasa ayam special, Supermi rasa baso sapi, Supermi rasa kaldu ayam, Supermi rasa semur ayam, Supermi, Supermi rasa sop buntut, Supermi rasa sop sayuran, Supermi goreng rasa ayam, Supermi goreng, Supermi “sedaap” rasa soto, Spermi “sedaap” rasa kari ayam.

Dari berbagai inovasi yang dilakukan, kualitas produk menjadi perhatian utama yang dilakukan oleh Supermi. Sejak pertama hadir, Supermi terbuat dari bahan-bahan pilihan. Tepung terigu kualitas terbaik dari bogasari flour mils, Rempah-rempah dan bumbu yg terkandung dalam rasa Supermi yang merupakan pilihan terbaik dari kekayaan alam nusantara, dan diproses dengan sangat higienis. Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan (Kotler dan Amstrong, 2008:272).

Kepercayaan merek memainkan peran penting dalam proses konsumen memilih produk. Para konsumen cenderung memperhatikan nama produsen yang memproduksi produk untuk memastikan produsen tersebut memang berkompeten dalam memproduksi produk tersebut. Kepercayaan pada merek akan memungkinkan konsumen untuk menyederhanakan proses pemilihan merek dan mengurangi waktu untuk membuat keputusan pembelian. Kepercayaan merek ialah harapan atau kemungkinan yang tinggi bahwa merek tersebut akan mengakibatkan hasil positif terhadap konsumen (Erna Ferrinadewi 2008:148).

Supermi telah lama bergerak dalam perindustrian mie instan di Indonesia termasuk beberapa kali berganti packaging dan kemasan. Kini Supermi hadir dalam nuansa modern dan kelasnya tersendiri. Kemasan Supermi juga mampu menarik perhatian dengan nama “Supermi” yang besar pada kemasannya serta gambar yang mengilustrasikan kenikmatan mie yang ada didalamnya. Dengan kemasan yang berwarna cerah yang dimiliki Supermi membuat produk Supermi terlihat menonjol dari produk lainnya ketika diatas rak. Ketika para konsumen mengamati ilustrasi pada produk Supermi, maka konsumen dapat membayangkan kenikmatan ketika mengkonsumsi mie tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEMASAN TERHADAP NIAT BELI SUPERMI DI SURABAYA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli Supermi di Surabaya?
2. Apakah kepercayaan merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli Supermi di Surabaya?
3. Apakah kemasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli Supermi di Surabaya?
4. Apakah kualitas produk, kepercayaan merek, kemasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat beli Supermi di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap niat beli Supermi di Surabaya.
2. Mengetahui signifikansi pengaruh kepercayaan merek terhadap niat beli Supermi di Surabaya.
3. Mengetahui signifikansi pengaruh kemasan terhadap niat beli Supermi di Surabaya.
4. Mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek, kemasan secara simultan terhadap niat beli Supermi di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang disebutkan diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Untuk Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan strategi-strategi pemasaran terutama aspek kualitas produk, kepercayaan dan kemasan.

2. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengetahuan terutama dalam mengetahui tingkat niat beli Supermi, khususnya mengenai pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek dan kemasan terhadap niat beli Supermi di Surabaya.

3. Manfaat Bagi STIE Perbanas

Hasil penelitian ini dapat dijadikan koleksi perbendaharaan perpustakaan maupun referensi bagi mahasiswa sehingga dapat dijadikan sumber informasi dan rujukan untuk penelitian dengan topik yang sejenis.

4. Bagi Pembaca dan Peneliti Berikutnya

Di harapkan dapat menambah informasi terkait dengan adanya hubungan antara kualitas produk, kepercayaan merek, dan kemasan terhadap niat beli supermi di Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Agar hal-hal yang dibahas dalam skripsi ini dapat diketahui dan dimengerti dengan jelas, maka skripsi ini ditulis dngan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi uraian tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian tentang penjelasan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas dan teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini berisi uraian tentang gambaran subyek penelitian dan analisis data penelitian.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisi uraian tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.