

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Melihat kenyataan dunia bisnis yang terus berkembang, maka tuntutan akan produk pun akan semakin beragam dan terus berkembang sesuai dengan perubahan zaman. Di dalam hidup ini manusia tidak terlepas dari berbagai macam kebutuhan, mulai dari kebutuhan dasar sampai pada tingkat kebutuhan yang lebih tinggi. Sejalan dengan meningkatnya permintaan konsumen akan produk minuman bersoda, maka terbuka peluang bagi pengusaha khususnya industri minuman ringan bersoda untuk menyediakan kebutuhan tersebut. Hal ini dapat di lihat dari banyaknya jenis dan merek ringan bersoda yang di tawarkan pada saat ini.

PT. Coca-Cola bottling Indonesia merupakan salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia yang memproduksi berbagai jenis minuman ringan baik minuman ringan bersoda maupun minuman ringan tidak bersoda. Salah satu minuman ringan bersoda yang di produksi PT. Coca-Cola bottling Idonesia adalah merek Coca Cola.

Setelah penulis melakukan survey dan wawancara kepda mahasiswa yang pernah minum minimum minimum bersoda coca cola maka sebagian dari mahasiswa merasa bahwa tingginya kandungan soda yang terdapat pada coca-cola tidak baik untuk kesehatan apalagi di konsumsi secara berlebih, kandungan soda pada minuman ini juga tidak cocok untuk di konsumsi oleh

semua kalangan seperti pada kalangan anak-anak dan orang yang berusia lebih.

Berdasarkan hal tersebut, maka sangat mempengaruhi citra merek coca-cola yang sudah terkenal. Karena dalam hal ini peranannya peranan Brand atau merek terhadap suatu produk maka akan menimbulkan persepsi terhadap konsumen yang menggunakan produk tersebut. Sepertihalnya fenomena masalah pada penelitian ini, yaitu persepsi mahasiswa terhadap minuman bersoda Coca-cola. Meskipun merek yang dikrarkan oleh perusahaan sudah terkenal namun mereka kualitas rasa yang di berikan perusahaan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan semakin mengingat persepsi negative mereka mengenai merek minuman ccoca-cola yang pernah mereka minum.

Penelitian ini sengaja dilakukan dengan mengambil sampel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, karena mahasiswa merupakan orang yang selalu memahami dan megerti tentang perkembangan produk-produk kebutuhan saat ini. Setelah peneliti mengamati para mahasiswa yang mengkonsumsi atau yang pernah mengkonsumsi minuman bersoda merek coca-cola di fakultas ekonomi Universitas Medan Area, penulis menemukan masalah penting yang berkaitan dengan keputusan mahasiswa membeli minuman bersado merek coca-cola yaitu mengenai citra merek produk coca-cola tersebut dan kualitas produk coca-cola.

Berdasarkan uraian masalah di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek

Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Yang Mengonsumsi Minuman Bersoda Merek Coca-cola di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area”

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada Mahasiswa Yang Mengonsumsi Minuman bersoda merek coca-cola di Universitas Medan Area?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa yang mengonsumsi minuman bersoda merek coca-cola di Universitas Medan Area?
3. Apakah kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa yang mengonsumsi minuman bersoda merek coca-cola di Universitas Medan Area?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa yang mengonsumsi minuman bersoda merek coca-cola di Universitas Medan Area.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa yang mengonsumsi minuman bersoda merek coca-cola di Universitas Medan Area.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa yang mengkonsumsi minuman bersoda merek coca-cola di Universitas Medan Area.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan pada penulis khususnya mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area

Sebagai bahan masukan yang berkaitan dengan pengaruh pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi peneliti lain

Sebagai bahan referensi tambahan bagi yang tertarik di bidang manajemen pemasaran dan melakukan penelitian lebih lanjut tentang masalah yang sama di masa yang akan datang.