

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini, banyak perusahaan yang berdiri dengan berbagai produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan itu. Perusahaan akan terus berkembang dengan pesat seiring perkembangan zaman. Perusahaan saling berkompetisi dengan perusahaan lainnya yang bergerak dibidang yang sama. Persaingan yang dilakukan perusahaan dengan menciptakan produk yang berbeda dengan para pesaingnya dan juga meningkatkan kualitas akan produk yang dihasilkan.

Untuk mencapai kesuksesan dalam persaingan saat ini, perusahaan harus berorientasi pada pelanggan atau konsumen untuk memenangkan pelanggan dari pesaing dan mempertahankan perusahaan dengan memberikan nilai yang lebih besar. Namun sebelum dapat memuaskan konsumen, hal pertama yang harus dilakukan sebuah perusahaan dengan melakukan riset untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan riset yang dilakukan maka perusahaan dapat menciptakan suatu produk yang unggul dan berbeda dengan pesaingnya.

Diferensiasi produk merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan untuk terus mengembangkan produk andalannya sesuai dengan riset akan keinginan konsumen sehingga dapat membedakan produknya dari produk pesaing. Saputro (2012) dalam penelitiannya, bahwa diferensiasi produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, jika diferensiasi produk semakin baik, maka akan mengakibatkan timbulnya kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

Beberapa manfaat dari penerapan diferensiasi produk bagi suatu perusahaan yaitu agar produk lebih mudah diingat para konsumen, dimana pada dasarnya segala sesuatu yang unik dan berbeda, tentu akan memberikan daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Selanjutnya agar produk lebih unggul dibandingkan dengan produk lainnya dimana jika produk lainnya sudah dianggap standar oleh para konsumen, dengan menciptakan diferensiasi maka produk anda akan terlihat lebih unggul dibandingkan produk lainnya yang sudah banyak beredar dipasaran. Hal ini tentu sangat menguntungkan bagi para pemasar, karena dengan produk yang unggul akan memudahkannya dalam membangun loyalitas konsumen. Dengan adanya diferensiasi yang dilakukan perusahaan akan produknya dalam hal bentuk, desain, gaya, kualitas diharapkan dapat menarik konsumen untuk tetap setia menggunakan produk dan melakukan keputusan pembelian akan produk tersebut. Keberhasilan dari diferensiasi produk bukan hanya akan menciptakan produk yang unik dan susah ditiru tetapi juga membangun penilaian persepsi konsumen yang positif dimana nantinya akan berdampak membangun cara pandang konsumen akan suatu produk dan citra perusahaan.

Merek merupakan salah satu faktor penting dalam pemasaran karena kegiatan memperkenalkan dan menawarkan suatu produk atau jasa tidak terlepas dari merek yang dapat diandalkan. Merek merupakan nama, istilah, tanda, lambang, design atau kombinasi dari perusahaan yang digunakan sebagai tanda pengenal barang atau jasa seorang atau sekelompok penjual, dan untuk membedakannya barang atau jasa dari kompetitornya.

Merek memiliki manfaat bagi suatu perusahaan yaitu dengan adanya merek dapat memberikan perlindungan hukum atas keistimewaan yang dimiliki oleh suatu produk. Bagi konsumen merek bermanfaat untuk menjelaskan mutu dan memperoleh informasi dari produk maupun jasa. Merek dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Keberadaan dari pada merek bukan hanya semata-mata menunjukkan nama dari sebuah produk, namun lebih dari itu, merek menunjukkan nilai tambah dari yang membedakan produk tersebut dengan produk lain. Jika konsumen telah mengenali suatu merek tertentu dan memiliki pengetahuan tentang hal itu, mereka akan melakukan pembelian. Konsumen akan berkomitmen dan setia pada suatu merek selama merek yang mereka gunakan akan terus memenuhi harapan mereka.

Di Indonesia terdapat banyak produsen es krim antara lain Walls, Champina, Diamond, Indoeskrim. Pertumbuhan pangsa pasar es krim di Indonesia setiap tahunnya mengalami kenaikan sekitar 5-10% (kabarbisnis.com, 2011). Semua produk dari merek tersebut bersaing dipasaran, untuk mendapatkan perhatian yang positif dari para konsumen.

Salah satu perusahaan Ice Cream yang telah memiliki merek (*brand*) yaitu perusahaan Ice Cream Walls. Walls adalah salah satu merek yang kuat bergerak dibisnis ice cream. Walls telah memiliki banyak konsumen yang menyukai produknya. Penyuka ice cream juga tidak memiliki batasan karena semua kalangan usia dari anak-anak, remaja, dewasa. Merek sangat diperlukan untuk memasarkan produk dan mempertahankan konsumen. Terbukti dengan adanya merek Walls yang telah melekat sebagai produsen ice cream dapat mempengaruhi

masyarakat untuk membeli ice cream. Saat ini Walls sudah ada di 40 negara dan memimpin pasar ice cream di negara-negara tersebut

Tantangan bagi perusahaan saat ini adalah mempertahankan dan memperbanyak jumlah konsumen maupun memperluas pasarnya dan dalam memperluas pasar dibutuhkan peningkatan kualitas akan produk. Dan dengan bermunculannya produsen-produsen ice cream membuat persaingan semakin pesat sehingga diperlukan adanya diferensiasi akan produk. Ice cream Wall's juga memerlukan diferensiasi akan produk ice creamnya sehingga dapat menambah dan mempertahankan konsumen. Hal ini juga dapat meningkatkan penjualannya. Diferensiasi produk itu sendiri upaya pembedaan suatu produk dalam suatu perusahaan, agar pihak konsumen dapat memilih produk yang mana, yang mereka inginkan. Perusahaan meletakkan perbedaan produk dalam desain produk, kemasan, ukuran dan rasa.

Diferensiasi produk juga tidak berarti 'asal berbeda', sehingga kalau sudah berbeda harus memiliki titik keunggulan. Dengan demikian, perusahaan Walls juga harus memiliki keunggulan dibandingkan kompetitornya sehingga dapat menarik konsumen agar melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang dihasilkan. Diferensiasi yang dilakukan Walls dengan membuat ice cream yang berbeda dari segi rasa, bentuk, kemasan yang menarik dan kualitas dari produknya. Sehingga Walls akan tetap menjadi merek yang kuat untuk memimpin pasar ice cream. Saat ini ice cream walls telah memproduksi sekitar 60 varian rasa ice cream diantaranya Chocolate, Oreo, Brownies, Tiramisu, Banana, Caramel, Vanilla, Choc-Mint, Moo, Solar suar (Orange dan berry) , Kopi, Vanilla,

Strawberry, Bubble Gum dan masih banyak lagi. Walls juga memiliki beberapa produk yang terkenal yaitu Walls Paddle Pop, Mangum, Walls Cornetto, Walls Buavita, Walls dungdung dan Walls Selection. Selain itu, bentuk dari kemasan produk ice cream Walls juga terdiri dari bentuk corn, stik dan cup dengan berbagai ukuran. Diferensiasi produk yang dilakukan Walls memiliki keunggulan yaitu yang membuatnya berbeda dengan produk ice cream lainnya. Kelembutan ice cream Walls dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas juga menjadi keunggulan Walls dalam bersaing. Salah satu terobosan terbaru dari Walls dengan mengeluarkan produk ice cream Magnum. Produk Magnum memiliki ketebalan ice cream dan lapisan coklat asli dari Belgia yang renyah dipadu dengan toping dan es krim berbagai varian rasa membuatnya memiliki keunggulan. Walls masih menjadi merek yang kuat dalam industri ice cream dibandingkan kompetitornya yang sejenis. Hal ini dapat dilihat data pada tabel berikut:

Tabel 1.1  
Posisi Merek Walls berdasarkan *Top Brand Award*

NO	Produsen	TBI (%) 2012	TBI (%) 2013	TBI (%) 2014
1	<b>Wall's</b>	<b>72,4%</b>	<b>69,86%</b>	<b>76,9%</b>
2	Campina	17,9%	16,77%	14,6%
3	Diamond	1,1%	1,48%	1,0%

(Sumber: <http://www.topbrand-award.com>, data diolah)

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa Wall's mengalami penurunan sebesar 2,54% dari 72,4% pada tahun 2012 menjadi 69,86%. Akan tetapi tahun 2013 Wall's mengalami peningkatan menjadi 76,9%. Penurunan tersebut menunjukkan adanya kejenuhan konsumen terhadap es krim Wall's sehingga dampak pada

berkurangnya keputusan pembelian konsumen. Hal ini tentu menjadi permasalahan bagi perusahaan karena keputusan pembelian konsumen terhadap es krim Wall's sangat penting agar bisa tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin tinggi. Akan tetapi Wall's terus menerus melakukan strategi untuk mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan industri es krim yang cukup tinggi dengan melakukan diferensiasi yang lebih baik akan produknya. Oleh karena itu terobosan dari perusahaan sangat diperlukan karena merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian es krim.

Mahasiswa dipandang sebagai kaum intelektual yang tidak lepas dari cara berpikir yang kritis, lebih selektif dan penuh pertimbangan dalam melakukan pembelian suatu produk. Dalam pemilihan ice cream yang akan dikonsumsi, mahasiswa akan memilih ice cream yang sesuai seleranya. Ice Cream Walls salah satu merek ice cream yang dapat dijumpai di warung-warung maupun supermarket. Dengan banyaknya jenis produk ice cream yang dikeluarkan Walls dengan berbagai harga yang sesuai dan relatif terjangkau diharapkan dapat menjadi alternatif bagi mahasiswa dalam memilih produk ice cream.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk mengetahui **"Pengaruh Diferensiasi Produk dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan"**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Bagaimanakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ice Cream Wall's Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
2. Bagaimanakah merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ice Cream Wall's Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
3. Bagaimanakah diferensiasi produk dan merek pengaruh terhadap keputusan pembelian Ice Cream Wall's Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

## 1.3 Pembatasan Makalah

Untuk menghindari kesimpangsiuran dalam penelitian ini serta mengingat keterbatasan waktu dan keterbatasan penulis maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Diferensiasi Produk dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Walls Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Univesitas Negeri Medan”

## 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ice CreamWall's?

2. Apakah merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ice Cream Wall's?
3. Apakah ada pengaruh diferensiasi produk dan merek terhadap keputusan pembelian Ice Cream Wall's?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ada sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian Ice CreamWall's pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh merek terhadap keputusan pembelian Ice CreamWall's pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk dan merek terhadap keputusan pembelian Ice CreamWall's pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti  
Untuk menambah pengetahuan tentang “ Pengaruh diferensiasi produk dan merek terhadap keputusan pembelian.



## 2. Bagi Perusahaan

Berguna sebagai bahan masukan yang dapat dijadikan acuan tentang diferensiasi produk dan merek terhadap keputusan pembelian Ice Cream Walls.

## 3. Bagi Lembaga UNIMED

Sebagai tambahan literatur kepustakaan di bidang penelitian mengenai pengaruh diferensiasi produk dan merek terhadap keputusan pembelian Ice Cream Walls.

## 4. Bagi Peneliti lain

Sebagai bahan referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa mendatang, khususnya penelitian yang berkaitan dengan diferensiasi produk, merek dan keputusan pembelian.