

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan pasar yang begitu pesat telah mendorong perusahaan untuk mencari celah guna meningkatkan loyalitas pembelian dan memenangkan persaingan dalam industri karena hal itu tidaklah mudah, setiap perusahaan harus menciptakan dan memberikan nilai yang sangat unggul kepada para pembelian. Dalam menawarkan produknya setiap perusahaan bersaing satu sama lain dan yang sanggup bertahan atau berkembang adalah perusahaan-perusahaan yang jeli melihat kebutuhan pasar dan memanfaatkannya dengan baik dan tepat.

Salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan adalah strategi pemasaran. Perusahaan harus dapat merancang strategi tersebut dengan tepat demi tercapainya tujuan perusahaan. Tujuan utama sebuah perusahaan adalah memberikan kepuasan kepada pembeli dan menciptakan loyalitas pembelian untuk selalu menggunakan produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Loyalitas pembelian akan sangat menguntungkan bagi perusahaan karena imbalan dari loyalitas pembelian bersifat jangka panjang dan kumulatif, jadi semakin lama loyalitas pembelian terhadap perusahaan maka akan semakin memberikan laba yang besar terhadap perusahaan tersebut.

Perusahaan dalam menjalankan usahanya juga harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen dan harus dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Secara umum banyak hal yang mempengaruhi konsumen agar menjadi loyal terhadap suatu perusahaan, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian terhadap hal-hal yang mempengaruhi loyalitas pembelian terhadap perusahaan. Disinilah pentingnya pemasaran atas suatu produk, berhasil atau tidaknya produk tersebut dipasaran tergantung dari keahlian pihak perusahaan dalam mengkombinasikan fungsi-fungsi pemasaran.

Pemasaran dapat dikatakan sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga produk yang ditawarkan, kegiatan promosi dan tempat untuk mendistribusikan produk, termasuk kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dan membuat konsumen menjadi loyal terhadap suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Jika pemasaran atas suatu produk sudah baik, masih ada faktor lain yang menentukan sukses tidaknya produk tersebut dipasaran. Salah satunya adalah bagaimana perusahaan menciptakan dan memelihara suatu merek (*Brand*). Dalam hal ini juga berpengaruh terhadap salah satu produk yang merupakan kebutuhan sehari-hari masyarakat yaitu minyak goreng.

Sebuah merek harus memiliki kualitas yang lebih sehingga suatu merek dapat dikenal dan memiliki keunikan sendiri. Sebuah merek lebih dari sekedar produk, produk adalah sesuatu yang di produksi di pabrik, sedangkan merek adalah sesuatu yang dibeli konsumen. Konsumen biasanya tidak menjalin relasi dengan barang atau jasa tertentu, namun sebaliknya membina hubungan yang kuat dengan merek spesifik.

Merek haruslah mengandung aset dan kewajiban yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan sebuah produk atau jasa kepada perusahaan atau pelanggan perusahaan tersebut. Sebuah produk yang memiliki *brand equity* yang kuat yang akan tetap mampu bersaing, merebut, dan menguasai pasar. Selain itu *brand equity* ini haruslah berfokus kepada konsumen, karena kekuatan sebuah merek terletak pada apa yang dipelajari, dirasakan, dilihat dan didengarkan konsumen tentang merek tersebut sebagai hasil pengalamannya dari sepanjang waktu.

Disini merek yang eksis memiliki kekuatan untuk dapat mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk tersebut. Jadi, ekuitas merek (*brand equity*) harus senantiasa dijaga keberadaannya agar produk tetap memiliki tempat di benak konsumen yang akan tersalurkan dengan adanya.

Warga dusun Taman asri desa Karanggebang Kec. Jetis Kabupaten Ponorogo menjadi pilihan saya untuk mengadakan penelitian karena warga dusun Taman asri tersebut selain jumlah warganya banyak, mereka juga terbiasa dengan kesederhanaan dengan memilih produk yang harganya terjangkau dan kualitasnya yang tidak kalah dengan merk lain, seperti minyak goreng Fortune.

Minyak goreng fortune menjadi pilihan warga dusun Taman asri karena selain kemasannya yang menarik, kualitas dan harganya yang terjangkau, selain itu minyak goreng Fortune juga mudah ditemui dipasaran. Karena kemasan dan harganya yang terjangkau menjadikan warga membeli dan membeli lagi.

Disamping itu banyaknya produk minyak goreng merek lain yang lebih unggul dan yang lebih berkualitas tinggi tidak mempengaruhi loyalitas pembelian minyak goreng fortune ditempat kami. Dari faktor tersebut maka mendorong saya

untuk melakukan penelitian ditempat kami yaitu di Dukuh Taman Asri Desa Karanggebang Jetis Ponorogo.

Berdasarkan uraian diatas maka diajukan sebuah penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Brand Equity Terhadap Loyalitas Pembelian Minyak Goreng Fortune di Dukuh Taman Asri Desa Karanggebang Jetis Ponorogo”.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan yang telah dikemukakan pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan bahwa perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Brand Equity* (Ekuitas Merek) melalui variabel-variabel *Brand Awareness* (Kesadaran merek), *Brand Association* (Asosiasi merek), *Perceived Quality* (Persepsi kualitas), dan *Brand Loyalty* (Loyalitas merek) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pembelian Minyak Goreng Fortune di Dukuh Taman Asri Desa Karanggebang Jetis Ponorogo.
2. Dari variabel - variabel diatas manakah variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Loyalitas Pembelian Minyak Goreng Fortune di Dukuh Taman Asri Desa Karanggebang Jetis Ponorogo.

1.3. TUJUAN DAN MAFAAT PENELITIAN

1.3.1. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah *Brand Equity* (Ekuitas Merek) melalui variabel-variabel *Brand Awareness* (Kesadaran merek), *Brand Association* (Asosiasi merek), *Perceived Quality* (Persepsi kualitas), dan *Brand Loyalty* (Loyalitas merek) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pembelian Minyak Goreng Fortune di Dukuh Taman Asri Desa Karanggebang Jetis Ponorogo.
2. Untuk mengetahui dari variabel-variabel diatas manakah variabel yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pembelian Minyak Goreng Fortune di Dukuh Taman Asri Desa Karanggebang Jetis Ponorogo.

1.3.2. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat menambah pengetahuan dan pengalaman. Selain itu juga merupakan suatu latihan penerapan teori-teori yang telah dipelajari oleh mahasiswa dan sebagai tambahan wawasan tentang Analisis Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Pembelian Minyak Goreng Fortune di Dukuh Taman Asri Desa Karanggebang Jetis Ponorogo.

2. Bagi Pihak Lain

Dapat menambah pengetahuan mengenai masalah yang berkaitan dengan analisis pengaruh *brand equity* terhadap loyalitas pembelian suatu produk.

3. Bagi Universitas

Dijadikan sebagai penambah referensi kepustakaan bagi Jurusan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.