

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teh merupakan minuman penyegar yang diperoleh dari pucuk muda daun tanaman teh yang mengalami proses pengolahan tertentu. Teh adalah salah satu produk kebutuhan rumah tangga yang sudah tersedia diberbagai tempat penjualan baik dipertanian maupun dipedesaan dengan berbagai macam merek teh yang tersedia. Bagi seseorang dan atau rumah tangga, kebutuhan akan teh dirasa sangatlah perlu untuk melengkapi persediaan barang konsumsi terkait dengan kehidupan berinteraksi sosial dalam bermasyarakat. Keberadaan teh bagi seseorang apalagi sebagai pecandu teh adalah sangat membantu dalam berbagai aktivitas atau bisa dikatakan seseorang akan lebih bersemangat dalam beraktivitas setelah minum teh.

Teh celup merupakan produk olahan teh yang dikemas di dalam kemasan kantong (bag) yang terbuat dari filter paper (kantong kertas celup dari bahan tissue dan tahan panas) dan dapat disajikan secara cepat (instan). Teh celup yang ditemui dipasaran umumnya merupakan teh wangi yaitu teh hitam dengan penambahan bunga melati.

Teh Celup Sariwangi yang diproduksi oleh PT Unilever Indonesia, selalu melakukan perbaikan-perbaikan produk dan strategi dalam pemasarannya agar tetap bertahan dalam era persaingan saat ini. Merek inilah yang pertama kali memperkenalkan konsep teh celup di Indonesia dan dikenal masyarakat sebagai minuman yang menciptakan kebersamaan dengan mengumpulkan keluarga dan



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menciptakan komunikasi yang harmonis. Hal ini dapat dilihat dalam iklan Teh Celup Sariwangi yang selalu menyinggung tentang kebersamaan. Berbagai varian cita rasa teh diciptakan, dari varian jahe, lemon, madu, susu, dan teh hijau hingga *Golden Black, Golden Jasmine, Golden Vanilla, Golden Apple, Golden Orange* dan *Golden Green*. Salah satu strategi yang dilakukan Sariwangi dalam rangkaian kampanye Sariwangi Mari Bicara adalah program Sariwangi Mobil Mudik. (www.unilever.co.id).

Investasi komunikasi PT. Unilever telah memberi Teh Sariwangi identitas sebagai merek teh celup Indonesia dengan citra aspiratif dan premium. Teh Sariwangi telah berhasil meremajakan pasar teh daun Indonesia yang mengalami kemerosotan. Segmen teh celup mengalami peningkatan pangsa pasar khususnya karena dorongan konversi yang sangat agresif yang dilakukan oleh Sariwangi dari teh bungkus ke teh celup. Sejumlah kegiatan dilakukan untuk meningkatkan penggunaan Teh Sariwangi dengan meningkatkan konsumsi melalui saat-saat bersama teh, resep, kampanye teh dan kesehatan, dan kegiatan lainnya. Teh Sariwangi adalah satu-satunya merek teh yang menyatukan kepulauan Indonesia, dan secara konsisten mengkomunikasikan kehangatan kebersamaan. Salah satu kegiatannya adalah “Sariwangi lebih dekat lebih hangat” pada tahun 2005. Tahun 2006, Teh Sariwangi mengadakan ‘Sariwangi Mobil Mudik’ sebagai sarana untuk membina keakraban antara anggota keluarga melalui komunikasi yang lebih baik selama persiapan dan perjalanan mudik dengan fasilitas Mobil Mudik Sariwangi. Tahun 2006 & 2007 Teh Sariwangi memperoleh ICSA Award (*Indonesia Customer Satisfaction Award*) yang diselenggarakan oleh majalah SWA dan

Frontier. Tahun 2006 Teh Sariwangi memperoleh penghargaan *Packaging Consumer Branding Award* (kategori “emas”) yang diadakan oleh majalah SWA, majalah *Mix*, *Landor*, *DM Associates*, dan *Imago School of Modern Advertising*. (www.unilever.co.id)

Total konsumsi teh bersumber dari BPS yang merupakan Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) menyatakan konsumsi teh masyarakat Indonesia mengalami penurunan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Proyeksi Permintaan Teh Celup di Indonesia

Tahun	Konsumsi (Kg/Kapita/Tahun)	Jumlah Penduduk (000 Jiwa)	Konsumsi Nasional (Ton)
2015	0,57	255.462	145.613
2016	0,56	258.705	144.875
2017	0,54	261.891	141.421
2018	0,52	265.015	137.808
2019	0,51	267.974	136.667
Rata Pertumbuhan (%/ tahun)	-2,74	1,20	-1,57

Sumber :1. Konsumsi Rumah Tangga SUSENAS, BPS

2. Jumlah Penduduk adalah Proyeksi BPS

Dari Tabel 1.1 terlihat, bahwa setiap tahunnya permintaan teh di Indonesia selama periode 2015-2019 mengalami penurunan dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 1,57 % per tahun. Pada tahun 2015 total konsumsi teh Indonesia mencapai 145.613 ton, sementara pada tahun 2016 total konsumsinya menjadi 144.875 ton dan terus mengalami penurunan pada tahun 2017 hingga 2019 masing-masing sebesar 141.421 ton, 137.808 ton dan 136.667 ton. Penurunan konsumsi teh

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut salah satunya dikarenakan tidak adanya kesadaran masyarakat tentang manfaat dari mengkonsumsi teh bagi kesehatan jasmani dan rohani.

Tabel 1.2
Data Jumlah Penduduk Kelurahan Pasir Pengaraian
Kecamatan Rambah, Kabupaten Rokan Hulu 2017

Nama Dusun	Jumlah Penduduk	Jumlah Laki-Laki	Jumlah Perempuan	Jumlah Kepala Keluarga
Dusun I	894	510	384	143
Dusun II	1439	757	680	373
Dusun III	954	480	474	316
Jumlah	3285	1747	1538	832

Sumber : BPS Kabupaten Rokan hulu
[Http://rohulkab.bps.go.id](http://rohulkab.bps.go.id)

Data diatas merupakan data jumlah penduduk perkepala keluarga pada tahun 2017 dengan total 832 kepala keluarga, total jumlah penduduk laki-laki adalah 1747 jiwa sedangkan jumlah perempuan adalah 1538 jiwa dan total jumlah penduduk secara keseluruhan adalah sebesar 3285 jiwa. Dari data tersebut peneliti bisa melakukan penelitian terhadap jumlah kepala keluarga atau ibu rumah tangga yang mengkonsumsi teh celup sariwangi tersebut.

Tabel 1.3
Hasil Pra Survey Tentang Jumlah Ibu Rumah Tangga
yang Mengkonsumsi Teh Celup Sariwangi di Kelurahan Pasir Pengaraian.

NAMA DUSUN	MERREK TEH CELUP		
	SARIWANGI	BENDERA	PRENDJAK
DUSUN I	59	50	24
DUSUN II	69	48	47
DUSUN III	43	34	26
TOTAL	171	132	97

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Proses psikologis dasar memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen ibu rumah tangga secara aktual dapat mengambil keputusan pembelian teh celup sariwangi dengan proses yaitu :

1. Pengenalan masalah : Proses pembelian dimulai ketika ibu rumah tangga mengenali masalah atau kebutuhan yang dibutuhkan keluarganya.
2. Pencarian Informasi : Ibu rumah tangga ataupun Konsumen lainnya yang terangsang akan kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak, seperti mencari bahan bacaan, menelepon teman, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tersebut.
3. Mengevaluasi alternatif : ibu rumah tangga berusaha memenuhi kebutuhannya, mencari manfaat tertentu dari solusi produk atau jasa serta memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.
4. Keputusan pembelian : ibu rumah tangga atau konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada didalam kumpulan pilihan, ibu rumah tangga tersebut juga membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai serta mendapatkan motivasi untuk menuruti keinginan orang lain.
5. Perilaku pasca pembelian : setelah membeli produk ibu rumah tangga atau konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan oleh ibu rumah tangga yaitu didasari oleh informasi yang



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

didapat konsumen mengenai produk atau kebutuhan yang dibutuhkan serta selera konsumen terhadap suatu merek produk dan juga sudah mengetahui manfaatnya.

PT.Unilever Indonesia Tbk, telah melakukan sejumlah kegiatan untuk meningkatkan penggunaan Teh Celup Sariwangi dengan meningkatkan konsumsi melalui kegiatan saat-saat bersama teh, memberikan resep disetiap kemasan, kampanye teh dan kesehatan di media baik cetak maupun elektronik. Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian Teh Celup Sariwangi adalah penggunaan strategi bauran pemasaran yang meliputi produk, harga dan distribusi.

Strategi pemasaran Teh Celup Sariwangi yang dilakukan oleh PT.Unilever Indonesia Tbk. Akan dipersepsikan oleh konsumen melalui variabel strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, seperti kualitas yang ditawarkan rasa, aroma, warna, merek, dan kemasan produk dengan harga yang relatif murah dan bersaing antar produsen teh dan strategi distribusi yang mampu menjangkau masyarakat diseluruh tempat serta didukung komunikasi bisnis dengan konsumen melalui iklan-iklan pilihan yang mampu menyambungkan komunikasi dengan konsumen secara efisien.

Di dalam penelitian ini mengambil daerah penelitian di Kelurahan Pasir Pengaraian. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka dalam hal ini perlu adanya penelitian mengenai : **“Pengaruh Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi pada Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Pasir pengaraian Kabupaten Rokan Hulu.** Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjawab semua pertanyaan dan

pernyataan mengenai pengaruh produk, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian produk terutama pada produk teh celup sariwangi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian teh celup sariwangi pada ibu rumah tangga di Kelurahan Pasir pengaraian?
2. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian teh celup sariwangi pada ibu rumah tangga di Kelurahan Pasir pengaraian?
3. Apakah Distribusi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian teh celup sariwangi pada ibu rumah tangga di Kelurahan Pasir pengaraian?
4. Apakah Produk, harga dan distribusi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian teh celup sariwangi pada ibu rumah tangga di Kelurahan Pasir pengaraian?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk secara parsial terhadap keputusan pembelian teh celup sariwangi.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian teh celup sariwangi.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Untuk mengetahui pengaruh distribusi secara parsial terhadap keputusan pembelian teh celup sariwangi.
4. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian secara simultan terhadap keputusan pembelian teh celup sariwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penulisan ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian merupakan salah satu wadah yang baik untuk menerapkan segala teori dan ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan kedalam dunia praktek yang sesungguhnya. Terutama dalam bidang pemasaran, hal ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh produk, harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada suatu tempat.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga perusahaan akan mudah melakukan pengembangan suatu produk agar produk tersebut sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan referensi bagi pembaca untuk melakukan penelitian selanjutnya dalam kajian yang sama.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini, penulis membaginya dalam 6 (Enam) bab. Adapun pokok bahasan yang akan disajikan pada tiap bab adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini memuat serangkaian mengenai teori manajemen pemasaran, konsep kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung, penelitian terdahulu, hipotesis, kerangka penelitian, variabel penelitian, serta definisi operasional variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.

Bab ini berisikan tentang sejarah singkat mengenai objek Penelitian

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V : HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan bab yang memaparkan tentang hasil yang di peroleh selama penelitian.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang akan memberikan kesimpulan dan saran.

