

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk hidup yang selalu memerlukan banyak kebutuhan untuk keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia menurut Maslow dibagi menjadi lima jenis berdasarkan tingkat kepentingannya yakni kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman dan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan ego, dan kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan mendasar yang harus dipenuhi oleh manusia terlebih dahulu adalah kebutuhan fisiologis yang terdiri dari kebutuhan akan makanan, air, udara, dan sex. Manusia yang telah memenuhi kebutuhan dasarnya maka kebutuhan lainnya yang lebih tinggi akan muncul dengan sendirinya. Berbagai cara dilakukan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dilakukan manusia setiap harinya termasuk kegiatan mencari, mendapatkan, dan mempergunakan alat pemenuh kebutuhan. Pada buku Danang Sunyoto dijelaskan bahwa kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan disebut sebagai perilaku konsumen.

Pada saat melakukan pengambilan keputusan untuk membeli, seorang konsumen perlu memperhatikan berbagai hal. Dalam keadaan ini penjual perlu menyusun struktur keputusan membeli secara keseluruhan untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembeliannya. Setidaknya terdapat tujuh struktur yang ada pada setiap keputusan membeli.

Komponen-komponen tersebut antara lain: 1) keputusan tentang jenis produk; 2) keputusan tentang bentuk produk; 3) keputusan tentang merek; 4) keputusan tentang penjualnya; 5) keputusan tentang jumlah produk; 6) keputusan tentang waktu pembelian; 7) keputusan tentang cara pembayaran. Apabila keseluruhan struktur tersebut sudah disiapkan oleh penjual maka konsumen akan dengan mudah melakukan keputusan dalam membeli.

Saat melakukan pembelian hingga pada sikap akhir setelah pembelian, seorang konsumen melewati setidaknya lima tahapan. Kelima proses ini dalam pelaksanaannya tidak harus berurutan. Proses tersebut diantaranya adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli. Masalah yang dimaksud pada tahap pertama adalah masalah yang berasal dari dalam diri konsumen berupa kebutuhan. Setelah timbul masalah berupa kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen maka timbul rangsangan untuk memenuhi kebutuhan tersebut sehingga konsumen tergerak untuk mencari informasi mengenai objek yang dapat digunakan untuk memenuhi keinginannya. Dari informasi yang telah didapatkan konsumen digunakan untuk memperoleh gambaran-gambaran alternatif objek yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan beserta kekurangan dan kelebihanannya. Setelah beberapa alternatif didapatkan maka konsumen dapat melakukan pengambilan keputusan untuk membeli objek yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. (Mahmudah, 2021)

Momoyo Ice Cream & Fruit Tea adalah sebuah perusahaan makanan dan minuman yang mengkhususkan diri dalam produksi es krim dan teh buah

segar. Perusahaan ini didirikan dengan tujuan menyajikan produk yang berkualitas tinggi dan menyegarkan bagi konsumennya.

Momoyo Ice Cream & Fruit Tea didirikan pada tahun 2022 oleh PT Junyi Jaya Indonesia dengan visi untuk menyediakan variasi unik dan lezat dalam dunia es krim dan teh buah. Perusahaan ini berkomitmen untuk menggunakan bahan-bahan segar dan alami dalam setiap produk yang mereka sajikan.

Momoyo Ice Cream & Fruit Tea dikenal karena berbagai macam rasa es krim dan teh buah yang segar dan lezat. Perusahaan ini menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi, termasuk buah-buahan segar, untuk menciptakan produk-produk mereka.

Es krim yang disajikan oleh Momoyo Ice Cream & Fruit Tea mencakup berbagai rasa tradisional seperti vanilla, cokelat, dan stroberi, serta inovasi rasa yang lebih unik seperti matcha green tea, salted caramel, dan black sesame. Selain itu, perusahaan juga menawarkan opsi es krim bebas gula dan rendah lemak untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang memiliki preferensi diet tertentu.

Teh buah segar juga menjadi salah satu produk unggulan Momoyo Ice Cream & Fruit Tea. Teh buah mereka disajikan dalam berbagai kombinasi rasa yang segar dan menyehatkan. Pengunjung dapat menikmati teh buah dingin yang menyegarkan atau pilihan teh panas yang hangat.

Momoyo Ice Cream & Fruit Tea telah membuka beberapa cabang di berbagai lokasi di Indonesia. Perusahaan ini terus berkembang dan mencari peluang ekspansi baru untuk memperluas jangkauan produk mereka.

Begitupula di Amuntai Momoyo Ice Cream & Fruit Tea mempunyai 2 (dua) Cabang yakni di Jalan Norman Umar (Kebun Sari) dan Pelampitan.

Momoyo Ice Cream & Fruit Tea Amuntai pertama kali membuka cabang di Amuntai pada Bulan Oktober Tahun 2023, untuk promosi yang dilakukan pada Momoyo Ice Cream & Fruit Tea Amuntai lebih aktif pada Media Sosial Instagram dengan jumlah followers sebanyak 1.519, hal ini mengindikasikan masyarakat sudah sangat mengenal keberadaan dan produk yang dijual. Jam operasi Momoyo Ice Cream & Fruit Tea Amuntai dimulai pada Pukul 10.00 (Pagi) sampai Pukul 21.00 (Malam), dengan arus pembelian yang sangat ramai.

Dari hal tersebut Momoyo *Ice Cream & Fruit Tea* Amuntai juga tidak lepas dari berbagai permasalahan yang dihadapi terkait promosi dan keputusan pembelian diantaranya sebagai berikut:

1. Kurangnya tenaga karyawan dalam mengatasi kebutuhan pelanggan khususnya pada media social Instagram yang menyebabkan kurang dapat terlayani dengan optimal. (Observasi Penulis, Januari 2014)
2. *Content Creation* (Pembuatan Konten) yang kurang update mengenai jenis produk yang dijual serta harga yang kurang dilakukan. (Observasi Penulis, Januari 2014)
3. Sempitnya halaman parkir untuk sepeda motor dan mobil yang menyebabkan terbatasnya ruang gerak pelanggan yang ingin singgah dan membeli produk yang ada di Momoyo Ice Cream & Fruit Tea Amuntai. (Observasi Penulis, April 2014)

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini berusaha menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream & Fruit Tea pada Momoyo di Kabupaten Hulu Sungai Utara”**.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dibahas sebelumnya maka peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini adalah berkaitan dengan variabel Strategi Promosi Media Sosial Instagram (Variabel X) dengan Keputusan Pembelian (Variabel Y) dengan indikator sebagai berikut:

1. Strategi Promosi Media Sosial Instagram (Variabel X)

Social media marketing dideskripsikan mempunyai beberapa dimensi. Menurut Gunelius dalam Mileva & Fauzi DH (2018:59) terdapat 4 elemen sebagai indikator social media marketing, yaitu:

- a. *Content Creation* (Pembuatan Konten)
- b. *Content Sharing* (Berbagi Konten)
- c. *Connection* (Koneksi)
- d. *Community* (Masyarakat)

2. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Menurut Kotler dan Keller (2016:183) menjelaskan enam indikator keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

- a. Pemilihan produk
- b. Pemilihan merek
- c. Pemilihan tempat penyalur

- d. Waktu pembelian
- e. Jumlah pembelian
- f. Metode pembayaran

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Apakah ada pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream & Fruit Tea pada Momoyo di Kabupaten Hulu Sungai Utara?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini diantaranya adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream & Fruit Tea pada Momoyo di Kabupaten Hulu Sungai Utara.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari aspek keilmuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi media untuk pengembangan berbagai teori yang sangat berguna bagi pengembangan pemahaman, penalaran, dan pengalaman peneliti di bidang Administrasi Bisnis.

2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dari proses pengambilan keputusan oleh Momoyo Ice Cream & Fruit Tea Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara.