

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa era digital pada zaman sekarang tidak akan bisa dihindari karena dengan pesatnya perkembangan teknologi baik digital maupun internet akan memberikan imbas pada dunia pemasaran. Perkembangan teknologi akan merubah interaksi dalam komunikasi khususnya kegiatan pemasaran dari *face to face* (konvensional) menjadi *screen to face* (internet *marketing*). Menurut (Dermawansyah & Rizqi, 2019) hal tersebut akan mengakibatkan peningkatan penggunaan internet serta media sosial yang berdampak pada peningkatan minat belanja secara online. Sebagian besar produsen mulai mengembangkan model pemasarannya menggunakan pemasaran digital, salah satunya yaitu perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan minuman sari nanas yaitu PT. Putra Jaya Nanas yang menggunakan internet sebagai media utama dalam menyampaikan informasi dan promosi.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen menemukan, menilai atau menggunakan suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dan kemudian memutuskan untuk membelinya (Cindy Magdalena Gunarsih, 2021). Salah satu hal yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu pemasaran digital. Pemasaran digital sendiri merupakan sebuah strategi yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk memasarkan suatu produk dengan menggunakan media digital. Pemasaran digital menjadi sangat penting karena memungkinkan para calon pelanggan untuk memperoleh semua informasi mengenai suatu produk dan dapat bertransaksi secara langsung melalui internet dan konsumen dapat melakukan pembelian setiap waktu (Yacub & Mustajab, 2020).

Word of mouth merupakan kegiatan pemasaran suatu produk atau jasa yang diperkenalkan, dipromosikan, direkomendasikan dan dijual kepada konsumen melalui pemasaran dari mulut ke mulut yang memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian (Susmonowati & Khotimah, 2021). Variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *brand image*. *Brand image* (citra merek) merupakan sekumpulan kesan, keyakinan, serta persepsi dari masyarakat tentang suatu merek (Huda, 2020). Konsumen memandang *brand image* sebagai hal yang terpenting dari suatu produk, produk yang memiliki citra yang positif dari konsumen maka konsumen akan lebih memungkinkan melakukan pembelian

produk (Ilmi et al., 2020). Harga juga mempengaruhi keputusan pembelian. Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar oleh pembeli untuk memperoleh suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan (Syahidin & Adnan, 2022). Harga juga dapat mempengaruhi kualitas, biasanya semakin tinggi harga suatu produk maka kualitas yang dimiliki juga semakin bagus.

PT. Putra Jaya Nanas berlokasi di Desa Sidorejo, Kec. Ponggok, Kab. Blitar. Perusahaan ini merupakan perusahaan pertama yang mengolah produk minuman sari nanas di Blitar. Minuman sari buah nanas adalah cairan yang diambil, diperas atau dikeluarkan dari bagian buah dengan penekanan atau pengepresan. Perusahaan ini dalam memproduksi sari buah nanas menggunakan buah nanas yang memiliki mutu *grade B* dan *grade C* yang termasuk *grade* rendah dan tidak terjual di pasaran. Pengolahan nanas yang memiliki mutu rendah dalam perusahaan ini memiliki tujuan untuk menambah nilai jual buah nanas. Namun pemasaran sari buah nanas ini sendiri masih sangat terbatas karena hanya dipasarkan di wilayah Kota Blitar dan sekitarnya.

Beberapa variabel yang memiliki peran terhadap kecenderungan konsumen untuk memutuskan pembelian diantaranya variabel strategi pemasaran digital, *word of mouth*, *brand image* dan harga. Pelaku usaha harus mengetahui pentingnya pemasaran secara digital sehingga dapat menyebarluaskan informasi produk yang dijual. PT. Putra Jaya Nanas ini sendiri telah melakukan promosi melalui pemasaran digital baik lewat *Tiktok*, *Whatsapp*, *YouTube* dan *Facebook* tetapi untuk pemasarannya dilakukan secara offline dan online untuk pengiriman luar kota harus melakukan pembelian dalam jumlah banyak. Pembelian minuman sari nanas 'segarr' ini dilakukan melalui sales ataupun datang secara langsung ke pabrik sehingga pelanggan dari jauh harus mempertimbangkan jika ingin membeli produk tersebut, hal tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Segarr di PT. Putra Jaya Blitar”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh strategi pemasaran digital terhadap keputusan pembelian di PT. Putra Jaya Nanas?

2. Apakah ada pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di PT. Putra Jaya Nanas?
3. Apakah ada pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian di PT. Putra Jaya Nanas?
4. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di PT. Putra Jaya Nanas?
5. Secara simultan apakah ada pengaruh strategi pemasaran digital, *word of mouth*, *brand image*, dan harga terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh strategi pemasaran digital terhadap keputusan pembelian di PT. Putra Jaya Nanas
2. Mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di PT. Putra Jaya Nanas
3. Mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian di PT. Putra Jaya Nanas
4. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di PT. Putra Jaya Nanas
5. Mengetahui pengaruh strategi pemasaran digital, *word of mouth*, *brand image*, dan harga terhadap keputusan pembelian di PT. Putra Jaya Nanas

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan
 Penelitian ini dapat memberikan bahan masukan yang dapat dijadikan saran dalam memberikan informasi yang berguna mengenai strategi pemasaran digital, *word of mouth*, *brand image*, dan harga terhadap keputusan pembelian di PT. Putra Jaya Nanas Blitar
- b. Bagi penulis
 Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan khususnya dalam ilmu pemasaran dan perilaku pelanggan yang berkaitan dengan keputusan pembelian
- c. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang memberikan ilmu pengetahuan serta informasi dalam melakukan penelitian yang sama yang akan mendatang