

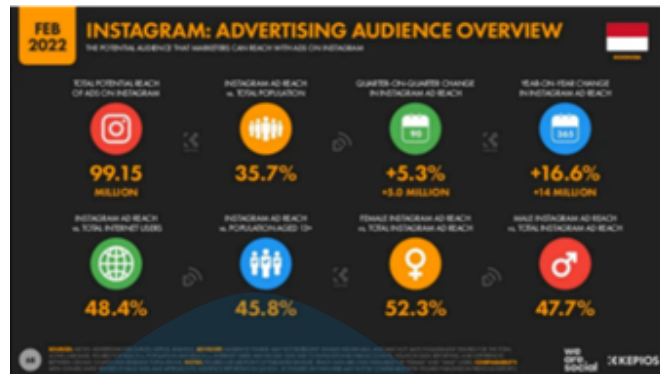
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin maju membuat media teknologi komunikasi semakin diminati oleh banyak orang. Bahkan saat ini manusia tidak dapat terlepas dari itu, khususnya adalah Internet. Internet terdiri dari beberapa media yang mampu untuk mempermudah manusia untuk saling berinteraksi dimanapun mereka berada. Komunikasi yang terjadi semakin mudah dilakukan karena semakin banyak *Smartphone* yang dijual di pasaran dengan harga yang terjangkau. Dengan ini maka semakin banyak manusia yang memiliki sosial media. Sosial media merupakan media yang memfasilitasi penggunaanya *platform* untuk berinteraksi dengan sesama penggunaanya. Saat ini sosial media mampu untuk berperan dalam periklanan dunia bisnis, karena semakin berkembangnya *platform* yang mereka sediakan untuk para penggunaanya. Media sosial telah secara signifikan merubah praktik-praktik pemasaran perusahaan, perusahaan perlu mendefinisikan ulang cara-cara untuk menjangkau, berinteraksi, dan terlibat dengan pelanggan. Perubahan tersebut didasari pada perkembangan media sosial yang sangat pesat yang di tunjukan dengan adanya lebih dari 2,77 miliar pengguna internet di seluruh dunia (Kim & Ko, 2020). Media sosial menawarkan peluang dan manfaat bagi manajemen pemasaran perusahaan, dengan adanya lima kekuatan utama yang terdapat pada aktivitas pemasaran media sosial meliputi: interaksi, hiburan, kustomisasi, dan tren (Kim & Ko, 2020). Periklanan sendiri adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyajikan dan mempromosikan ide, barang atau jasa yang diberikan. Semakin ketatnya persaingan bisnis saat ini menuntut perusahaan untuk semakin berinovasi dalam memasarkan produknya. Saat ini manusia tidak dapat terlepas dari sosial media, khususnya adalah Instagram. Instagram sendiri diminati oleh semua kalangan dari usia muda hingga tua. Instagram adalah media sosial yang digunakan untuk mengunggah foto maupun video dari pemiliknya. Saat ini Instagram tidak hanya digunakan untuk akun pribadi namun juga digunakan untuk media berbisnis. Dengan foto dan video produk yang diunggah diharapkan mampu untuk menarik banyak pembeli. Foto maupun video dan tentunya yang menarik di Instagram efektif untuk membuat orang tertarik pada

saat mengakses Instagram. Salah satu bisnis yang menggunakan Instagram sebagai tempat untuk mengiklankan produknya adalah Sinaran Coffee Klaten. *Coffee shop* yang berada di Klaten ini menggunakan Instagram untuk memberitahukan kepada *customer* beberapa promo serta menu terbaru.



**Gambar 1.1** Pengguna Platform Media Sosial

**Sumber:** *Hootsui* 2022

Pemasaran melalui media sosial khususnya Instagram Marketing digunakan oleh setiap pengusaha dalam mengembangkan usaha bisnisnya agar terus bisa berinovasi, mempertahankan kualitas pemasarannya, dan memperluas pemasaran produk agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat atau meningkatkan kembali niat pembelian ulang oleh konsumen yang sudah pernah membeli produknya. Pada saat ini pemasaran melalui pemasaran Instagram memiliki banyak kelebihan, contohnya dengan menggunakan Pemasaran Instagram dapat meningkatkan brand awareness, memperoleh informasi pengguna Instagram secara spesifik, dan tersedia berbagai pilihan format iklan sesuai dengan keinginan pengusaha.

Pada penelitian kali ini, penulis akan membahas tentang Sinaran Coffee Klaten. Sinaran Coffee Klaten merupakan *Coffee shop* yang didirikan pada tahun 2020 di Jl. K.A Gringsing No. 3 Gergunung, Kota Klaten. Sinaran Coffee memiliki target market tidak hanya untuk anak muda yang hanya sekedar nongkrong tetapi juga memiliki target market dari berbagai kalangan usia, sehingga di Sinaran Coffee Klaten dapat melakukan meeting dengan klien, ngobrol bersama keluarga, karena Sinaran Coffee Klaten memiliki tempat yang nyaman dan menyediakan menu dengan kualitas yang enak. Sinaran Coffee Klaten tidak hanya menyediakan menu minuman kopi tetapi juga berbagai minuman non kopi, berbagai pilihan makanan,

dan juga menjual produk biji kopi hasil dari roastery Sinaran Coffee Klaten sendiri.

SINARAN COFFEE			
<b>Esensial</b>		<b>Coffee</b>	
- Klasik (Espresso, Condensed Milk, Milk)	15k	- Espresso	15k
- Arunika (Espresso, Sinaran Aren, Milk)	20k	- Americano	15k 17k
- Kencana (Mango Juice, Condensed Milk, Sinaran Cream)	18k	- Piccolo	18k
- Arumi (Espresso, Sinaran Aren, Homemade Honey, Milk)	25k	- Cappuccino	20k
- Nigo (Vanilla Ice Cream, Espresso, Mint & Strawberry)	20k	- Mochaccino	25k 25k
- Vermillion (The Best)	25k	- Filter	25k 25k
<b>Koi No Yokan</b>		- Filter Premium	Ask
- Sinaran (Espresso, Lime, Mint, & Sinaran Syrup)	25k	- Coffee Latte	20k 23k
- Mentari (Coldbrew, Tonic, Navel Orange)	30k	- Caramel Macchiato	25k 25k
- Renjana (Double Espresso, Fresh Milk, Lemon, Sinaran Syrup)	30k	- Hazelnut Latte	25k 25k
- Kirana (Navel Orange, Strawberry, Honey, Tonic)	30k	- SB Cookies Latte	25k 25k
- Nirwana (Lime, Soda, Sinaran Syrup)	20k	- Rum Latte	25k 25k
<b>Coldbrew</b>		- Vanilla Latte	25k 25k
- Coldbrew Klasik	30k	- Pandan Latte	25k 25k
- Coldbrew Lemon	30k	- Caramel Latte	25k 25k
		<b>Add On</b>	
		- Ice Cream Scoop	8k
		- Extra Shot Espresso	5k
		- Flavor (Hazelnut, Cookies, Vanilla, Caramel)	5k
		<b>Seasonal</b>	
		- Pink Floyd (Marsh, Condensed Cream, Pandan, Milk)	17k
		- Kupu-Kupu Malam (Butterfly Pea, Peach, Soda, Tonic, Sinaran Syrup)	23k
		- Kala (Espresso, Charcoal, Vanilla, Milk)	23k 25k
		- Hazel Nutella (Espresso, Nutella, Hazelnut, Milk)	25k 25k
		- Citrus Latte (Espresso, Orange, Milk)	25k
		<b>Non Coffee</b>	
		- Chocolate	23k 25k
		- Red Velvet	23k 25k
		- Matcha	23k 25k
		- Taro	23k 25k
		<b>Tea</b>	
		- Peach Tea	15k 15k
		- Lemon Tea	15k 15k
		- Earl Grey	15k 18k
		- Lychee Tea	18k 18k
		<b>Bites</b>	
		- French Fries	15k
		- Sinaran Mendooan	12k
		- Onion Ring	15k
		- Potato Wedges	15k
		- Sinaran Platter	20k
		- Chicken Strips	15k
		- Big Combo Giant Platter	45k
		<b>Main Course</b>	
		- Dori Sambal Matah (Rice Bowl, Dori Crispy, Egg, Sambal Matah)	25k
		- Chicken Honey Garlic (Rice Box, Chicken Crispy with Honey Garlic Butter Sauce)	20k
		- Chicken Salted Egg (Rice Box, Chicken Crispy with Salted Egg Sauce)	25k
		- Sinaran Mentalai (Savoury Rice, Chicken, Crab Stick, Sauce Mentalai)	20k
		- Scrambled Egg Mentalai (Rice Box, Scrambled Egg with Sauce Mentalai)	15k
		- Sinaran Nasi Goreng (Butter Fried Rice with Chicken, Sausage, & Vegetables)	18k
		- Nasi Gila (Rice with sausage, Meatball, Vegetables with sauce)	15k
		- Nasi Kulit (Rice with Chicken Crispy, Egg, Sambal Kacang, Serundeng)	20k
		- Cuydon (Beef Bowl) (Rice, Shortribe Beef with Toner & Savoury Sauce, Egg)	30k

Gambar 1.2 Berbagai Produk Sinaran Coffee Klaten

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dibahas dalam bagian latar belakang, maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah aktivitas pemasaran Instagram berpengaruh terhadap kesadaran merek ?
2. Apakah aktivitas pemasaran Instagram berpengaruh terhadap citra merek ?
3. Apakah aktivitas pemasaran Instagram berpengaruh terhadap kualitas yang dirasakan ?
4. Apakah kesadaran merek berpengaruh terhadap niat beli ?
5. Apakah citra merek berpengaruh terhadap niat beli ?
6. Apakah kualitas yang dirasakan berpengaruh terhadap niat beli ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada masalah penelitian yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh aktivitas pemasaran Instagram terhadap kesadaran merek.
2. Untuk menganalisis pengaruh aktivitas pemasaran Instagram terhadap citra merek.

3. Untuk menganalisis pengaruh aktivitas pemasaran Instagram terhadap kualitas yang dirasakan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek terhadap niat beli.
5. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap niat beli.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas yang dirasakan terhadap niat beli.

#### **1.4. Manfaat penelitian**

Hal penting dalam penelitian adalah manfaat yang dapat dirasakan dan diterapkan setelah mendapatkan hasil dari sebuah penelitian. Adapun manfaat yang diharapkan setelah penelitian ini dilakukan adalah :

##### **1.4.1. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu bagi para pelaku bisnis untuk merancang strategi dalam memasarkan produknya yang berkaitan dengan pemilihan media sosial Instagram yang akan mempengaruhi niat beli konsumen

##### **1.4.2. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan wawasan mengenai informasi dalam aktivitas pemasaran Instagram yang menjadi factor dalam mempengaruhi niat beli produk Sinaran Coffee. Serta dapat menjadi bahan kajian untuk penelitian terkait atau penelitian lain yang dikembangkan.

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistem penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab untuk memberikan gambaran dalam penulisan dalam penelitian sebagai berikut :

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab I menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada Bab II menjelaskan tentang landasan teori mengenai variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini, ringkasan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

##### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada Bab III berisi tentang lokasi, objek dan subjek penelitian, desain penelitian, data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi

operasional dan ruang lingkup variabel, metode pengujian instrument penelitian serta metode analisis data.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab IV berisikan tentang hasil analisis data dan pembahasan dari data yang telah didapatkan melalui penyebaran kuisisioner.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada Bab V berisikan mengenai kesimpulan hasil penelitian, implikasi manajerial, serta keterbatasan dan saran penelitian.

