

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teh Poci adalah salah satu jenis teh tradisional yang berasal dari Indonesia. Nama "Poci" merujuk pada wadah atau teko tembaga yang digunakan untuk menyeduh teh. Teh Poci populer di daerah Jawa Barat, terutama di daerah Ciwidey, Bandung.

Secara tradisional, Teh Poci diseduh dengan menggunakan daun teh hijau atau teh hitam yang berkualitas baik. Daun teh tersebut ditempatkan di dalam teko Poci, lalu air panas dituangkan ke dalamnya. Teh Poci kemudian diseduh selama beberapa menit hingga rasa dan aroma teh terlepas ke dalam air.

Keunikan Teh Poci terletak pada wadahnya yang terbuat dari tembaga. Tembaga diketahui memiliki sifat yang dapat mempengaruhi rasa dan kualitas teh yang diseduh. Beberapa orang berpendapat bahwa tembaga memberikan rasa yang khas dan menambah kenikmatan dalam menikmati teh.

Teh Poci juga dikenal dengan cara penyajiannya yang unik. Teh yang sudah diseduh akan dituangkan dari teko Poci ke dalam cangkir kecil yang disebut "cangkir kuping". Cangkir ini memiliki pegangan yang melingkar seperti kuping, sehingga memudahkan untuk meneguk teh sambil menikmati percikan aroma teh yang sedap.

Teh Poci menjadi bagian penting dari budaya minum teh di Indonesia. Banyak orang yang menyukai Teh Poci karena rasa dan aroma teh yang dihasilkannya, serta pengalaman menyeduh dan menyajikannya yang berbeda dari teh biasa. Teh Poci juga sering dijadikan oleh-oleh khas dari daerah

Ciwidey, Bandung, dan dijadikan sebagai salah satu ikon wisata kuliner di Jawa Barat.

Selera konsumen terkait teh poci dapat bervariasi tergantung pada preferensi individu dan budaya konsumen di berbagai wilayah. Teh poci merupakan jenis teh tradisional yang diseduh dalam teko atau teapot klasik yang terbuat dari tanah liat. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi selera konsumen terkait teh poci antara lain:

Perilaku konsumen adalah area yang luas dan kompleks dalam pemasaran, dan berbagai faktor dapat mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen.. Beberapa faktor utama yang dapat mempengaruhi selera konsumen meliputi:

Budaya dan Nilai Latar belakang budaya, tradisi, dan nilai-nilai yang dimiliki oleh konsumen dapat berpengaruh besar terhadap selera mereka. Produk atau layanan yang sesuai dengan nilai-nilai budaya mereka cenderung lebih menarik. Sosial dan Kelompok Referensi Interaksi sosial dan pengaruh dari kelompok referensi, seperti teman, keluarga, dan rekan kerja, dapat memengaruhi apa yang dianggap menarik atau trendy oleh seorang konsumen. Pengalaman Pribadi Pengalaman masa lalu dengan produk atau merek tertentu dapat membentuk preferensi dan selera konsumen. Pengalaman positif atau negatif dapat memiliki dampak jangka panjang pada keputusan pembelian. Persepsi dan Citra Merek Cara suatu produk atau merek dilihat oleh konsumen dapat memengaruhi selera mereka. Citra merek yang kuat dan positif dapat membuat produk lebih menarik bagi konsumen. Faktor Psikologis Faktor-faktor psikologis seperti persepsi warna, estetika visual, dan emosi dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk atau layanan tertentu. Faktor Ekonomi

Kondisi ekonomi, seperti pendapatan dan harga produk, dapat mempengaruhi kemampuan dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Inovasi dan Teknologi Kemajuan dalam teknologi dan inovasi produk dapat mengubah selera konsumen. Produk baru yang inovatif atau fitur teknologi yang menarik bisa menjadi daya tarik tersendiri. Iklan dan Pemasaran Strategi pemasaran dan iklan yang efektif dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk dan mendorong mereka untuk memilihnya. Kenyamanan dan Fungsionalitas Kepuasan konsumen terhadap fungsionalitas suatu produk serta kemudahan penggunaannya juga dapat memainkan peran penting dalam membentuk selera mereka, Tren dan Mode Konsumen cenderung tertarik pada produk atau gaya hidup yang sedang tren atau menjadi mode saat ini. Ini dapat berubah seiring berjalannya waktu, Etika dan Keberlanjutan Konsumen semakin peduli terhadap isu-isu etika dan lingkungan. Produk yang dianggap ramah lingkungan atau memenuhi standar etika tertentu bisa lebih menarik bagi sebagian konsumen., Pendekatan Personal Preferensi pribadi, seperti kesukaan terhadap warna, rasa, atau gaya tertentu, dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi selera konsumen.

Penting untuk diingat bahwa faktor-faktor ini dapat saling berinteraksi dan bervariasi tergantung pada individu dan situasi. Perusahaan dan pemasar perlu memahami faktor-faktor ini dengan baik untuk dapat mengembangkan strategi yang tepat dalam memenuhi selera konsumen.

Penting untuk diingat bahwa selera konsumen sangatlah subjektif dan dapat berbeda-beda. Beberapa orang mungkin lebih menyukai teh poci, sementara yang lain mungkin lebih menyukai jenis teh lainnya. Selera konsumen dapat

berubah seiring waktu dan pengalaman juga, jadi penting untuk menghormati preferensi individu ketika menawarkan teh poci atau produk teh lainnya.

Sifat kognitif konsumen menimbulkan beberapa pertanyaan bagi para pengusaha industri makanan dan minuman yang harus terus memenuhi keinginan konsumennya. Produsen minuman teh harus bisa memutar otak agar konsumennya tetap membeli dan menikmati kepuasan yang mereka berikan. Seperti contoh minuman teh poci yang merupakan salah satu bisnis franchise yang bergerak dibidang minuman menggunakan bahan dasar teh.

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan, permasalahan saat ini yang dihadapi oleh produsen minuman teh poci adalah pengambilan keputusan konsumen, dimana konsumen bisa mempengaruhi minat untuk membeli produk minuman teh poci tersebut. sehingga penulis mengadakan penelitian dengan judul *analisis faktor produk, dan harga yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk minuman teh poci*

1.2 Perumusan Masalah

- bagaimana pengaruh faktor harga, dan produk keputusan pembelian terhadap minuman Teh Poci ?
- Faktor manakah yang paling besar mempengaruhi dalam keputusan pembelian minuman Teh Poci ?

1.3 Tujuan peneliti

- Menganalisis faktor mana antara variabel produk dan harga yang menjadi pertimbangan untuk membeli minuman tersebut.

-Menganalisis faktor manakah antara variabel produk dan harga yang memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian minuman Teh Poci

1.4 Manfaat penelitian

- Manfaat bagi perusahaan

Perusahaan dapat mengetahui Pemahaman Lebih Mendalam tentang Target Pasar, Penyesuaian Produk dan Varian, Pengembangan Branding yang Lebih, Pengoptimalkan Strategi Pemasaran, Peningkatan Keputusan Bisnis Berdasarkan Data, Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, Meningkatkan Daya Saing

- Manfaat bagi peneliti

Peneliti mendapatkan Pemahaman Lebih Mendalam tentang Perilaku Konsumen, Pengembangan Keterampilan Penelitian, Penerapan Teori dalam Praktik, Kontribusi terhadap Pengetahuan, Pengenalan dalam Komunitas Akademis, Pengembangan Keterampilan Komunikasi, Peluang untuk Penelitian Lanjutan

- Manfaat bagi pembaca

Bagi pembaca diharapkan menambah wawasan, menambah informasi, dan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.