

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang terjadi membuat perubahan dalam hal melaksanakan sebuah bisnis, salah satu dari perkembangan teknologi yang dapat mempengaruhi adalah munculnya media sosial. Kircova et al, 2019 dalam jurnal (Suwarsih et al., 2021) Platform media sosial umumnya dipergunakan untuk memperkuat identitas suatu merek, kegiatan ini juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. Adanya kepercayaan yang diberikan konsumen terhadap suatu merek maka akan berdampak baik terhadap citra dari merek tersebut.

Citra merek merupakan sebuah penggambaran sifat ekstrinsik dari produk maupun layanan, termasuk usaha merek dalam memenuhi kebutuhan sosial ataupun psikologis bagi pelanggannya (Kotler & Keller, 2016). Citra positif yang berasal dari konsumen dapat memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian (Firmansyah, 2019). Sekarang penggunaan media sosial banyak digunakan dalam melakukan pemasaran, salah satunya digunakan untuk memberikan pengaruh terhadap citra merek. Dengan penggunaan media sosial, dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek (Wibowo et al., 2022). Dalam membangun sebuah citra merek yang positif tidak hanya dapat dilakukan melalui media sosial saja tetapi bisa dengan membuat produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik. Dengan kualitas produk yang dihasilkan semakin positif, maka citra merek akan semakin positif (Apriando et al., 2021). Citra merek yang positif menjadi sebuah nilai tambah bagi sebuah perusahaan, karena dengan memiliki citra merek yang positif maka konsumen akan menjadikan merek tersebut sebagai pilihan.

Menghadapi persaingan yang semakin ketat lalu didukung dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat mengharuskan perusahaan agar mampu mengikuti perkembangan yang terjadi (Apriando et al., 2021). Perkembangan teknologi yang terjadi dapat membantu dalam hal melakukan pemasaran terhadap suatu brand. Teknologi yang dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran salah

satunya adalah media sosial, sudah banyak platform media sosial yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran dari yang gratis sampai dengan membayar. Pemasaran media sosial adalah aktivitas online dan program-program yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau calon pelanggan secara langsung atau tidak langsung dengan meningkatkan kesadaran, meningkatkan citra, atau menimbulkan penjualan produk dan jasa (Kotler & Keller, 2016)

Media sosial saat ini banyak digunakan oleh berbagai kalangan, menurut data yang diperoleh pada (Annur, 2022). Terdapat 5 sosial media dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia yaitu:

Tabel 1. Tabel jumlah aplikasi yang paling banyak digunakan (dalam Miliar)

Media sosial	Jumlah Pengguna
Facebook	2,9
YouTube	2,5
WhatsApp	2
Instagram	1,4
We Chat	1,3

Sumber: Laporan We Are Social dan Hootsuite

Dengan banyaknya pengguna Instagram ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk melakukan ekspansi atau perluasan jaringan guna memperkenalkan merk dan produk. Pebisnis dapat melakukan foto produk lalu mempostingnya pada Instagram bisnis masing masing guna memperkenalkan produk kepada masyarakat luas.

Selain melalui media sosial, proses pembangunan citra merek dapat dilakukan dengan melakukan peningkatan kualitas. Kualitas Produk adalah hal yang perlu diperhatikan pada perusahaan jika ingin mendapatkan hasil yang maksimal serta dapat bersaing di pasar (Karundeng et al., 2019). Untuk membuat sebuah citra merek tersebut terlihat baik dan bagus pebisnis harus meningkatkan kualitas dari produk yang dibuatnya.

Berikut merupakan laman Instagram dari rumah makan nasi padang Payakumbuh (Padangpayakumbuh, n.d.):



Gambar 1. Instagram Rumah Makan Nasi Padang Payakumbuh



Gambar 2. Event Bersama Beberapa Artis Dan Juga Salah Satu Petinggi Negara

Muhamad Ramadhan, 2023

ANALISIS INSTAGRAM MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MERK PADA RUMAH MAKAN PADANG PAYAKUMBUAH

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, D3 Perbankan dan Keuangan

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]



Gambar 3. Respon Positif Konsumen dari Rumah Makan Padang Payakumbuh

Melihat yang terposting pada laman Instagram dari @padangpayakumbuh dan juga sang pemilik yaitu Arief Muhammad, S.H. atau @ariefmuhammad, banyak respon positif dari pelanggan yang sudah datang dan mencoba pelayanan serta masakan dari rumah makan Padang Payakumbuh. Banyak pelanggan yang dari jauh datang ke rumah makan nasi Pada Payakumbuh hanya karena ingin mencobai salah satu produk dari influencer ternama ini yaitu Arief Muhammad, S.H. Sang owner juga melakukan banyak kegiatan di Instagram dengan bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat dan juga memperkenalkan brand nasi padang yang baru beliau luncurkan ini.

Berdasarkan fenomena yang terdapat pada rumah makan padang payakumbuh terkait dengan hubungan dari instagram marketing dan kualitas produknya dengan citra merek, membuat penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Instagram Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merk Pada Rumah Makan Padang Payakumbuh”**

I.2. Tujuan Tugas Akhir

Setiap penelitian yang dibuat pastinya harus memiliki tujuan yang ingin dicapai penulis dari Tugas Akhir yang akan dibuat. Adapun tujuan dari tugas akhir ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan membuktikan bahwa Pemasaran Instagram berpengaruh terhadap Citra Merk
2. Untuk menganalisis dan membuktikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Citra Merk
3. Untuk menganalisis dan membuktikan bahwa secara bersama-sama Pemasaran Instagram dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Citra Merk

I.3. Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat yang ingin diperoleh oleh penulis dari Tugas Akhir ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Laporan Tugas Akhir ini dapat digunakan sebagai referensi untuk para pembaca dalam mendapatkan pengetahuan terkait pemasaran menggunakan Instagram dan pengaruh kualitas produk pada citra merek.

2. Manfaat Praktis

Laporan Tugas Akhir ini dapat digunakan oleh para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya di era perkembangan teknologi serta melakukan persaingan kualitas dengan brand lain.