



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen Durian Sultan Bandung

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh

Jeannette Violetta

6081801047

Bandung

2022



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**The Influence of Brand Image and Social Media Instagram on Costumer Purchasing
Decisions of Durian Sultan Bandung**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh

Jeannette Violetta

6081801047

Pembimbing

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB.,M.S.E

Bandung

2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Jeannette Violetta
Nomor Pokok : 6081801047
Judul : Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Durian Sultan Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 6 Juli 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

: 

Sekretaris

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.S.E

: 

Anggota

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB. :



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Jeannette Violetta

NPM 6081801047

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Durian Sultan Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 16 Juni 2022

Tanda Tangan



Jeannette Violetta

ABSTRAK

Nama : Jeannette Violetta
NPM : 6081801047
Judul : Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Durian Sultan Bandung

Gaya hidup yang semakin berkembang hari demi hari mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih makanan yang dikonsumsi. Saat seseorang memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian, terdapat beberapa faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian seseorang terhadap suatu produk dari suatu brand. Salah satunya adalah citra merek. Konsumen yang sudah memiliki citra yang positif terhadap suatu merek akan memiliki peluang atau kemungkinan lebih besar untuk melakukan pembelian secara berulang.

Secara umum, buah durian yang dijual di pasar Indonesia memiliki citra merek yang sederhana. Durian Sultan Bandung hadir dengan inovasi baru yang memberikan perubahan dan merupakan perusahaan yang mengimpor buah durian berjenis Musang King dari Malaysia yang dipasarkan atau dijual di Bandung, Jawa Barat dan menciptakan sebuah konsep unik yaitu menjadikan buah durian sebagai barang mewah.

Penelitian ini menggunakan variabel kontrol kualitas produk menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner serta menggunakan teknis analisis data yang dilakukan dengan teknis analisis data kuantitatif. Survei ini bertujuan untuk mengukur dampak citra merek dan kualitas terhadap keputusan pembelian konsumen Durian Sultan Bandung.

Hasil dari pengujian data statistik yang telah diteliti, didapatkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh lebih besar daripada variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian di Durian Sultan Bandung.

Kata kunci : citra merek, kualitas, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Name : Jeannette Violetta
NPM 6081801047
Title : *The Influence Of Brand Image on Purchase Decision of Durian Sultan Bandung*

Lifestyles that are growing day by day affect people's decisions in choosing the food they consume. When someone decides to make a purchase decision, there are several factors that are thought to influence the purchase decision of a product from a brand. One of them is brand image. This has become a matter of great concern for business people in increasing intense competition in the market. Consumers who already have a positive image of a brand will have a greater opportunity or possibility to make repeated purchases.

In general, durian fruit sold in the Indonesian market has a simple brand image. Durian Sultan Bandung comes with new innovations that make a difference. Is a company that imports Musang King durian fruit from Malaysia and is marketed or sold in Bandung, West Java and created a unique concept that is to make durian fruit as a luxury item.

This study uses product quality control variables using questionnaire data collection techniques and using technical data analysis carried out with quantitative data analysis techniques. This survey aims to measure the impact of brand image and quality on consumer purchasing decisions of Durian Sultan Bandung.

The results of testing statistical data that have been researched, it is found that the product quality variable had a greater effect than the brand image variable on the purchasing decision variables at Durian Sultan Bandung.

Keywords: brand image, purchasing decisions, quality.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Durian Sultan Bandung” yang penulis susun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan gelar sarjana penulis di program studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Papi, Mami, Ivan Budiman, dan seluruh keluarga besar penulis yang sudah memberikan doa, nasihat, dukungan secara moral dan materil selama proses penulis menempuh jenjang pendidikan.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si selaku Ketua Program Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UniversitasKatolik Parahyangan
4. Bapak Rulyusa Pratikto, S.AB.,M.S.E selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang sudah dengan sabar meluangkan waktu dan memberikan support dan nasihat yang berguna untuk penelitian ini.
5. Meilinda, Hendy, Nicholas dan Andjani selaku teman dekat penulis yang sudah membantu, mendukung dan menghibur dalam penyelesaian penelitian ini.

6. Semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung selama proses penelitian yang dilakukan penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta berguna bagi penulis dan pembaca.

Bandung, 16 Juni 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jeannette Violetta', written in a cursive style.

Jeannette Violetta

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Objek Penelitian.....	4
1.5.1 Profil Perusahaan	4
1.5.2 Visi.....	5
1.5.3 Misi	6
1.5.4 <i>Tagline</i>	6
1.5.5 Struktur Organisasi	6
1.5.6 Produk.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Merek / Brand	12
2.1.2 Citra Merek	15
2.1.3 Kualitas Produk.....	17
2.1.4 Keputusan Pembelian	17
2.1.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	18
2.1.6 Pengaruh Kualitas terhadap Keputusan Pembelian	18
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	19
2.3 Metodologi.....	25
2.3.1 Metode Penelitian	25
2.4 Populasi dan Sampel	25
2.4.1 Populasi.....	26
2.4.2 Sampel	26

2.5	Model Penelitian	27
2.6	Sumber data.....	27
2.7	Teknik Pengumpulan Data.....	27
2.8	Operasionalisasi Variabel	28
2.9	Instrumentasi Penelitian.....	31
2.10	Teknik Analisis Data.....	31
2.10.1	Analisis Deskriptif	31
2.10.2	Uji Validitas	31
2.10.3	Uji Reliabilitas	32
2.10.4	Uji Normalitas.....	33
2.10.5	Uji Multikolinearitas	33
2.10.6	Uji Heteroskedastisitas	34
2.10.7	Uji Regresi Linear Berganda	34
2.10.8	Uji Koefisien Determinasi	34
2.10.9	Uji F (Stimultan).....	34
2.10.10	Uji t (parsial).....	35
2.10.11	Pengujian Hipotesis	36
BAB III ISI DAN PEMBAHASAN		37
3.1	Statistik Responden.....	37
3.1.1	Jenis Kelamin Responden.....	37
3.1.2	Usia Responden	37
3.1.3	Pekerjaan Responden.....	38
3.1.4	Penghasilan per Bulan Responden.....	39
3.1.5	Data Pembelian Produk Durian Sultan oleh Responden	40
3.2	Hasil Analisis Deskriptif.....	40
3.3	Uji Validitas	46
3.4	Uji Reliabilitas	47
3.5	Uji Normalitas.....	48
3.6	Uji Multikolinearitas	49
3.7	Uji Heteroskedastisitas.....	50
3.8	Uji Regresi Linear Berganda.....	51
3.9	Uji Koefisien Determinasi Adjusted (R Square).....	53
3.10	Pengujian Hipotesis.....	53
3.10.1	Uji F (Simultan)	53
3.10.2	Uji T (Parsial)	54
3.11	Temuan.....	55
BAB IV KESIMPULAN, REKOMENDASI, IMPLIKASI		60

4.1	Kesimpulan	60
4.2	Implikasi.....	60
4.3	Rekomendasi	61
	<i>REFERENCES</i>	63
	LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Struktur Organisasi.....	6
Gambar 1.2	Produk Sultan Premium	7
Gambar 1.3	Produk Sultan Fresh	8
Gambar 1.4	Produk Sultan <i>Tray</i>	9
Gambar 1.5	Produk Signature Mochi.....	10
Gambar 1.6	Produk Signature Ice Cream	11
Gambar 1.7	<i>Packaging</i>	11
Gambar 2.1	Model Penelitian	27

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	19
Tabel 2.2	Operasionalisasi Variabel.....	28
Tabel 2.3	Skor Kategori Skala Likert.....	30
Tabel 3.1	Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 3.2	Usia Responden.....	37
Tabel 3.3	Pekerjaan Responden	38
Tabel 3.4	Penghasilan per Bulan Responden	39
Tabel 3.5	Data Pembelian Durian Sultan oleh Responden	40
Tabel 3.6	Hasil Analisis Deskriptif	40
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas	46
Tabel 3.8	Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 3.9	Hasil Uji Reliabilitas Citra merek	47
Tabel 3.10	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas.....	48
Tabel 3.11	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	48
Tabel 3.12	Uji Normalitas	48
Tabel 3.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 3.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 3.15	Uji Regresi.....	51
Tabel 3.16	Uji Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 3.17	Uji F.....	54
Tabel 3.18	Uji T	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 2	Penelitian Terdahulu	70
Lampiran 3	Tabel df 101-120	72
Lampiran 4	Outlet Durian Sultan Bandung	73
Lampiran 5	Tabel Induk Variabel Dependen	77
Lampiran 6	Tabel Induk Variabel Independen	80
Lampiran 7	Tabel Induk	85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya hidup yang semakin berkembang hari demi hari mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih makanan yang dikonsumsi. Tidak jarang, masyarakat Indonesia memilih untuk membeli makanan yang sedang menjadi pusat perhatian atau viral saat itu, bukan makanan yang dibutuhkannya. Hal ini merupakan peluang yang dimanfaatkan pelaku bisnis untuk menerapkan strategi pemasaran terbaik untuk menarik konsumen. (Data Industri, n.d.).

Konsumen saat ini sangat kritis dan mempertimbangkan banyak hal dalam memilih suatu produk. Keputusan membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh apresiasi dan penilaian terhadap citra merek dari sebuah produk. Gaya hidup yang juga mempengaruhi keputusan pembelian ini membuat setiap perusahaan mengupayakan segala cara demi mempertahankan citra merek produk yang mereka miliki. Semakin baik citra merek suatu produk yang dijual maka akan semakin mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen yang memiliki citra positif terhadap merek lebih mungkin untuk membeli. Citra merek juga mencakup kesan yang dimiliki konsumen ketika mendengar atau melihat nama merek, yang berdampak besar pada keberadaan merek dan pasar sasaran. (Data Industri, n.d.)

Dalam melakukan keputusan pembelian, terlepas dari citra merek yang dimiliki sebuah produk, konsumen akan lebih dulu menilai kualitas produknya. Produk dengan kualitas yang tinggi tentu lebih diminati oleh para konsumen.

Menurut (Schiffman & Kanuk, 2007), kualitas produk merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan setiap produk suatu identitas atau karakteristik sehingga konsumen dapat mengenalinya. Kualitas produk dapat dievaluasi dengan banyak cara.

Kualitas produk dapat dinilai dari berbagai aspek, mulai dari pemilihan bahan, proses produksi, proses pengemasan hingga produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Kualitas produk juga dapat diartikan sebagai pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Keputusan pembelian konsumen ini mencakup pengenalan berbagai aspek merek, seperti nilai, kualitas dan harga. Konsumen menggunakan harga tidak hanya sebagai indikator kualitas, tetapi juga sebagai indikator biaya suatu produk atau produk dengan imbalan keuntungan. Di sini, kita akan melihat bagaimana sebuah merek dapat mempengaruhi penilaian konsumen dengan citra merek suatu produk.

Secara umum, buah durian yang dijual di pasar Indonesia memiliki citra merek yang sederhana. Mulai dari tempat yang sederhana dimana durian sering dijual di pinggir jalan, fasilitas yang kurang memadai, sulitnya akses wc ataupun tempat cuci tangan, bau yang seringkali mengganggu lingkungan sekitar, hingga merupakan produk yang sulit untuk dibawa pulang.

Selain itu, citra merek juga bukan merupakan hal yang diperhatikan oleh para penjual durian. Banyak sekali dijumpai durian yang tidak ber merk, hanya dikemas dengan plastic atau toples polos, yang memperkuat stigma sederhana dari buah tersebut. Dari gambaran singkat mengenai potensi market buah durian di Indonesia, Durian Sultan Bandung hadir dengan inovasi-inovasi baru yang memberikan perubahan. Menciptakan sebuah konsep unik yaitu menjadikan buah durian sebagai barang mewah dan memberikan pengalaman baru ketika membeli buah durian, yaitu pengalaman berbelanja seperti membeli barang mewah atau high end product yang sering dijumpai di mall. Durian Sultan Bandung juga mengadaptasi kebiasaan yang ada dengan memberikan solusi yang lebih baik. Durian Sultan Bandung merupakan *outlet* pertama di Indonesia yang menjual buah durian musangking sebagai hidangan utamanya yang memiliki tujuan untuk memfasilitasi masyarakat untuk menikmati durian kelas dunia yang mudah diakses siapa saja khususnya masyarakat Indonesia. Mengusung konsep *outlet*

instagramable yang memberikan pengalaman berbeda dalam mengonsumsi buah durian. Dengan citra merek yang sangat kental dengan penamaan “sultan” yang seakan-akan produk ini hanya mampu dicapai oleh para konsumen menengah ke atas membuat banyak kalangan masyarakat penasaran dan justru ingin membelinya. Pengaruh citra merek ini sesuai dengan gaya hidup masyarakat saat ini yang terobsesi dengan kemewahan, sehingga produk ini cenderung dibeli juga oleh masyarakat luas dengan status sosial yang beragam, yang kemudian akan mereka pameran di sosial medianya, sejalan dengan gaya hidup masyarakat saat ini.

Hal ini dapat dimanfaatkan oleh para pebisnis, untuk menentukan target pemasaran usahanya. Seperti halnya pemasaran yang dilakukan oleh pihak Durian Sultan, yang membangun citra merek usahanya sebagai makanan para sultan atau masyarakat golongan menengah keatas, sejalan dengan gaya hidup masyarakat saat ini, yang diimbangi dengan produk yang ditawarkannya, sehingga ketika membeli produk tersebut, masyarakat ditawarkan pengalaman yang berbeda dan unik, yaitu membeli suatu buah namun seperti membeli barang mewah. Hal ini juga sejalan dengan langkah-langkah pemasarannya, contohnya membuat konten-konten dengan *headline* dan *clickbait* yang menggiurkan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, penulis merumuskan masalah dengan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Durian Sultan Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Rumusan masalah yang sudah disusun bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Durian Sultan Bandung

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dengan melakukan penelitian ini, antara lain:

1. Bagi Pelaku Bisnis

Memberikan informasi dan wawasan kepada para pebisnis tentang pentingnya citra merek dan kualitas dalam keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Peneliti

Memberikan pengembangan ilmu pengetahuan, menambah wawasan dan pola pikir dalam mengetahui industri makanan saat ini dan seberapa penting citra merek dan kualitas bagi suatu usaha.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk perbandingan penelitian di masa depan.

1.5 Objek Penelitian

1.5.1 Profil Perusahaan

Durian Sultan adalah sebuah perusahaan yang mulai dikembangkan di Jakarta pada tahun 2019 dan mengimpor buah durian berjenis Musang King dari Malaysia. Memasarkan produk pertamanya yang dinamakan Durian *Tray* hampir ke seluruh kota-kota besar di Indonesia, yang kemudian berinovasi dengan mengimpor buah durian fresh yang langsung diterbangkan ke Indonesia dengan berbagai cara untuk tetap menjaga kualitas buah yang sering dijuluki raja buah ini. Pada tahun 2020, Durian Sultan membuka *outlet* pertama di Indonesia yang berlokasi di Bandung. Durian Sultan Bandung bertujuan memfasilitasi masyarakat untuk menikmati durian kelas dunia yang mudah diakses siapa saja khususnya masyarakat Indonesia. Mengusung konsep *outlet* instagramable untuk memberikan pengalaman berbeda dalam mengonsumsi buah durian. Durian Sultan memiliki keunggulan pada kualitas produknya,

yaitu MusangKing grade A+ yang dipetik langsung dari kebun terbaik di Malaysia, dibekukan dengan teknik *cryogenic*, pengemasan dan pendistribusian dengan sertifikat ISO 9001 untuk menjaga kesegaran, kualitas dan rasa.

Sesuai dengan namanya, harga yang ditawarkan brand ini cukup tinggi pada kelasnya, namun tentunya sebanding dengan kualitas yang didapatkan. Selain menyediakan tempat dine in exclusive untuk pengalaman berbeda dalam mengkonsumsi buah durian, Durian Sultan juga ingin memberikan pengalaman membeli buah seperti membeli barang mewah, hal ini dilengkapi dengan setiap detail yang dilakukan brand ini, contohnya, plastik vacuum berkualitas, sarung tangan khusus, packaging yang aman praktis namun terlihat berkelas, *paper bag* khusus, hingga *gift card* custom yang dilengkapi dengan amplop. Selain itu, Durian Sultan Bandung juga memberikan jaminan kualitas dengan sistem garansi, dimana apabila produk yang dijualnya dalam kondisi tidak memuaskan, konsumen dapat meretur barang tersebut dengan barang yang baru.

Jaminan kualitas yang diberikan oleh Durian Sultan Bandung tidak dilakukan secara asal-asalan. Dengan melakukan kerjasama langsung dengan pihak perkebunan Malaysia membuat produk yang diimport oleh Durian Sultan merupakan produk-produk dengan kualitas tertinggi pada kelasnya. Diambil langsung dari pegunungan dengan ketinggian paling tinggi dan sulit dijangkau di Malaysia membuat hasil buah durian yang dipanen memiliki kualitas yang sangat baik, serta tidak banyak yang dapat memiliki buah durian dengan kualitas sebaik ini mengingat keterbatasan lahan dan sulitnya medan pegunungan Malaysia.

1.5.2 Visi

Durian Sultan diposisikan sebagai penyedia utama durian Musang King berkualitas tinggi di pasar Indonesia dan internasional dengan tujuan memfasilitasi para pecinta durian untuk menikmati durian kelas dunia “Musang King” agar dapat diakses siapa saja dengan mudah khususnya di pasar Indonesia.

1.5.3 Misi

Mendukung lini produk dengan distribusi, saluran penjualan, dan saluran logistik, dan tetap secara konsisten memberikan jaminan kepuasan untuk seluruh konsumen.

1.5.4 Tagline

- *Excellence in Quality, Premium in Taste*

Tagline simple ini bertujuan untuk menjabarkan jenis produk yang ditawarkan oleh brand Durian Sultan, sesuai dengan kualitas produknya yang memiliki kualitas terbaik dengan rasa yang luar biasa.

1.5.5 Struktur Organisasi



Gambar 1.1 Struktur Organisasi

Sumber: Dokumentasi Pribadi

1.5.6 Produk

1. Sultan *Premium*

Produk Sultan *Premium* ini merupakan produk yang paling dicari dan memiliki harga paling mahal yaitu Rp.500.000/kg. Keunggulan dari produk ini adalah ini merupakan buah durian Musangking terbaik yang dipetik dan dikirim langsung dari Malaysia ke Indonesia pada

hari yang sama. Hal ini membuat buah tersebut masih dalam keadaan sangat fresh tanpa adanya teknik pembekuan sedikitpun. Ciri khas Musang King yang terasa sedikit pahit dan legit masih sangat terasa di buah Sultan Premium. Kekurangannya adalah buah ini tidak ada setiap saat, karena harus menunggu musim terbaik untuk panen. Biasanya dalam setahun produk ini akan dijual di store Durian Sultan Bandung hanya sebanyak 4-5x.



Gambar 1.2 Produk Sultan Premium

Sumber: Dokumentasi Pribadi

2. Sultan *Fresh*

Sultan *Fresh* merupakan produk unggulan yang selalu *ready stock* setiap hari. Buah ini dipanen saat musim panen dan dibekukan dengan teknik *cyrogenic* untuk menjaga kualitas dan kesegaran sehingga dapat disimpan dalam waktu yang relatif lama. Karena masih memiliki kulit luarnya, produk ini masih terasa kesegarannya dan *experience* dalam memakan buah durian. Produk ini dijual dengan harga Rp.450.000/kg dengan variasi ukuran mulai dari 1.2kg-3.5kg.



Gambar 1.3 Produk Sultan Fresh

Sumber: Dokumentasi Pribadi

3. Sultan *Tray*

Produk Sultan *Tray* ini memiliki tingkat penjualan yang paling banyak, karena cenderung praktis dan higienis. Cocok untuk konsumsi pribadi, hadiah, bahkan jamuan kerabat. Memiliki berat 400 gram dalam 1 box dengan harga Rp.388.000. Selain praktis dan higienis, kualitas produk ini pun tidak kalah dari produk unggulan lainnya. Semua produk Durian Sultan dikemas dan dibekukan dengan teknik terbaik untuk menjaga kualitas dan kesegarannya. Ciri khas Sultan *Tray* ini rasanya cenderung lebih creamy dan manis, hampir tidak terdapat rasa pahit.



Gambar 1.4 Produk Sultan *Tray*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

4. *Signature Mochi*

Produk *dessert* pertama keluaran Durian Sultan adalah *Signature Mochi* Durian yang dibuat dari buah Musang King asli. Memiliki *review* paling baik dalam kalangan *dessert* Durian Sultan. Selain itu, Durian Sultan mengeluarkan varian lain yaitu *Blueberry Cheesecake* dan *Dark Chocolate*. Dijual dengan harga Rp.88.000/box isi 4pcs.



Gambar 1.5 Produk *Signature Mochi*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

5. *Signature Ice Cream*

Dessert lain yang dimiliki Durian Sultan adalah *Signature Ice Cream* yang dibuat dengan 100% durian Musangking. Memiliki rasa dan tekstur yang sangat legit dan dikemas dengan kemasan cup yang praktis dan higienis. Dijual dengan harga Rp.88.000/100ml.



Gambar 1.6 Produk *Signature Ice Cream*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

- .Durian Sultan *Packaging*



Gambar 1.7 *Packaging*