

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pembangunan merupakan suatu perubahan dan hal yang semestinya terjadi dalam suatu bangsa. Perubahan diartikan sebagai suatu usaha untuk mewujudkan suatu keadaan yang lebih baik dari masa sekarang baik secara materil maupun spirituil. Demikian juga di Indonesia yang sedang gencar melaksanakan pembangunan di segala bidang. Hal ini disertai juga dengan meningkatnya kegiatan-kegiatan di bidang lainnya, terutama di bidang perekonomian sehingga di dunia perdagangan persaingan akan semakin ketat dan ditandai bermunculannya perusahaan-perusahaan yang melihat adanya prospek bagus yang menguntungkan. Semakin banyak perusahaan baru yang bermunculan, baik yang bergerak pada bidang produksi maupun jasa. Munculnya perusahaan yang sejenis menyebabkan persaingan semakin ketat.

Semakin banyaknya barang yang dan jasa yang tersedia menyebabkan konsumen semakin selektif di dalam memilih barang dan jasa yang dianggap paling baik dan paling sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Untuk itulah dalam menghadapi persaingan antar perusahaan yang semakin ketat tersebut perusahaan harus memiliki suatu strategi pemasaran dan juga berusaha memanfaatkan sebaik mungkin sumber-sumber yang dimiliki perusahaan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan sangat tergantung pada keunggulan dalam

bersaing. Untuk itu perlu diperhatikan secara lebih besar terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.

Konsumen selalu mempunyai keinginan untuk mendapatkan suatu produk pasta gigi yang mempunyai tingkat harga yang sesuai dengan rasa, manfaat dan kemasan. Padahal kenyataannya di pasaran dengan banyak muncul produk yang kurang sesuai keinginan konsumen sehingga hal ini menimbulkan ketidakpuasan dari pihak konsumen. Dengan adanya pilihan yang berbeda-beda tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk pasta gigi Pepsodent. Pemilihan pasta gigi Pepsodent ini didasarkan pada hasil dari survei awal terhadap 20 responden dimana diperoleh hasil yang memilih Pepsodent (45%), Close up (25%), Ciptadent (15%) dan pasta gigi lainnya sebesar (10%).

Pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan kunci penting bagi perusahaan untuk merencanakan dan mengelola pemasaran perusahaan dalam lingkungan yang selalu berubah. Hal ini menyebabkan manajemen pemasaran harus selalu dapat memperbaharui pengenalan terhadap konsumen, menilai kembali kebutuhan-kebutuhan konsumen untuk saat ini dan juga memperkirakan apa yang menjadi kebutuhan konsumen untuk masa yang akan datang.

Jadi dengan analisis terhadap konsumen tersebut maka dapat diketahui apa faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli barang dan jasa.. Hal itu sangat berguna bagi produsen pasta gigi Pepsodent untuk mengantisipasi munculnya banyak pesaing seperti Ciptadent, Formula, Close up,

Maxam dan lain sebagainya sehingga pada akhirnya perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat.)

1.2. Rumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang masalah, maka diajukan rumusan masalah sebagai berikut apakah ada perbedaan persentase dalam hal pilihan faktor harga, manfaat, rasa, dan kemasan yang dilakukan konsumen dalam membeli pasta gigi Pepsodent?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui perbedaan persentase dalam hal pilihan faktor harga, manfaat, rasa, dan kemasan yang dilakukan konsumen dalam membeli pasta gigi Pepsodent.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Kalangan Akademisi yaitu: memberikan masukan pada pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai perilaku konsumen.
2. Bagi Pengambil Keputusan yaitu dapat menunjukkan betapa pentingnya pengamatan perilaku dan tanggapan konsumen.
3. Bagi Penulis yaitu: memperluas pengetahuan penulis mengenai perilaku konsumen dalam melakukan evaluasi terhadap variabel-variabel produk.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini akan menguraikan hal-hal yang dibahas pada pokok permasalahan yang mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika skripsi.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini menggambarkan pengertian dan landasan teori yang berkaitan dengan obyek untuk mendukung permasalahan yang ada meliputi: penelitian terdahulu, landasan teori, hipotesis.

Bab 3 Metode penelitian

Pada bab ini terdiri dari desain penelitian, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, teknis analisis data dan prosedur pengujian hipotesis.

Bab 4 Analisis dan Pembahasan

Analisis dan pembahasan melingkupi atas gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data, analisis data, pembahasan.

Bab 5 Simpulan dan Saran

Bab ini merupakan bagian terakhir dari skripsi ini yang berisi kesimpulan yang ditarik dari hasil pembahasan dan saran yang penulis pemecahan masalah sehingga skripsi ini nantinya bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.