BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Seiring dengan berjalannya waktu, kebutuhan dan keinginan konsumen senantiasa berubah karena pengaruh dari lingkungan, pengalaman serta perkembangan teknologi. Sejalan dengan ini produk-produk yang dihasilkan dan ditawarkan di pasaran semakin bertambah, dengan berbagai keunggulan dan keistimewaannya masing-masing guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan banyaknya tawaran di pasaran, maka makin bertambah pula alternatif pilihan bagi konsumen dalam membeli suatu produk dan menyebabkan konsumen semakin selektif terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan, yang dalam hal ini adalah produk sandal.

Selain itu, kemajuan teknologi dapat merubah pola berpikir atau perilaku konsumen seperti ingin merubah penampilan atau gaya hidupnya sesuai dengan perkembangan jaman. Dengan adanya perubahan gaya hidup yang semakin modern, maka sandal semakin berperan penting dalam kehidupan sehari-hari sebagai pengganti sepatu yang lebih praktis dan cepat dalam memakainya, sehingga tidak menyita waktu terlalu lama. Oleh karena itu, PT. SS. Utama berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memproduksi sandal.

Di dalam usahanya itu PT. SS Utama harus menghadapi para pesaingnya yang juga memproduksi jenis produk yang sama di pasaran. Keadaan yang demikian dapat mempertajam persaingan, maka perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam melakukan *inovasi* atau perubahan terhadap produk agar produk yang dihasilkan yaitu sandal tetap diminati oleh konsumen. Sehingga konsumen tidak beralih ke merek lain, untuk itu perusahaan perlu mengetahui persepsi konsumen terhadap suatu produk dan motivasi konsumen dalam membeli suatu produk di pasaran.

Dengan mengetahui persepsi dan motivasi konsumen terhadap suatu produk yang dihasilkan perusahaan, maka perusahaan dapat memproduksi sandal sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Konsumen Terhadap Pembelian Sandal Ardiles Di Surabaya.

Dengan demikian diharapkan perusahaan dapat mengantisipasi cara memasarkan dan menyesuaikan produknya dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengetahui peluang-peluang baru yang dapat dikembangkan agar perusahaan mampu membuat strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk bertahan hidup dalam jangka panjang dan memperkuat daya saingnya dengan perusahaan sejenis. Sehingga perusahaan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen sesuai kebutuhan dan keinginannya.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut, maka penulis mengajukan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara persepsi dan motivasi secara serempak terhadap pembelian sandal ardiles di Surabaya?
2. Di antara kedua variabel tersebut, variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan tehadap pembelian sandal ardiles di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara persepsi dan motivasi secara serempak terhadap pembelian sandal ardiles di Surabaya.
2. Untuk mengetahui variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap pembelian sandal ardiles di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Bagi Penulis:

Menerapkan pengetahuan yang secara teoritis telah didapatkan dalam perkuliahan dan membandingkannnya dengan kenyataan yang terjadi.

Bagi Perusahaan:

Memberikan masukan dan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Bagi Fakultas Ekonomi Widya Mandala:

Menambah perbendaharaan perpustakaan dan sebagai bahan perbandingan bagi rekan mahasiswa yang akan mengadakan penulisan terhadap permasalahan yang sama di masa yang akan datang.

1.5. Sistematika Skripsi

Untuk mempermudah pembahasan dalam skripsi ini, maka akan penulis uraikan tiap-tiap Bab secara lengkap. Adapun pembahasannya sebagai berikut:

Bab 1 : Pendahuluan

Dalam bab ini termuat hal-hal yang akan mengantarkan kita pada pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Bab ini memberikan penjelasan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

Bab 2 : Tinjauan Kepustakaan

Bab ini mengemukakan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, hipotesis dan model analisis.

Bab 3 : Metode Penelitian

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, teknik analisis data dan prosedur pengujian hipotesis.

Bab 4 : Analisis dan Pembahasan

Bab ini dibahas mengenai gambaran umum PT. SS. Utama, deskripsi data, analisis data dan pembahasan masalah dengan mengedarkan beberapa kuesioner pada responden.

Bab 5 : Simpulan dan Saran

Bab terakhir berisi tentang simpulan-simpulan dari uraian penulis secara keseluruhan dengan menyertakan saran-saran yang penulis anggap perlu untuk mempermudah dalam usaha mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan yang telah ditetapkan.

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA