

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis pemasaran mempunyai peran penting. Pemasaran sendiri berarti kegiatan manusia yang berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Dalam kegiatan pemasaran ada dua pihak yang berperan yaitu produsen dan konsumen. Produsen adalah pembuat barang-barang hasil industri dan jasa, sedangkan konsumen adalah pemakai barang hasil industri dan jasa. Barang-barang hasil industri dan jasa yang diproduksi oleh produsen digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen untuk meningkatkan penjualan maka produsen mengelola produknya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Karakteristik konsumen akan membedakan produk satu dengan produk yang lain. Untuk memudahkan konsumen mengenali produk yang satu dengan produk yang lain, maka produsen perlu memberi merk produknya. Pemberian merk terhadap suatu produk akan bermanfaat untuk konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dan bagi produsen bermanfaat agar produk yang dihasilkan mempunyai ciri khas dimata konsumen. Tetapi produsen harus memutuskan barangmanakah yang akan diberi merk, mengatur pemberian merk dan mengelola merk tersebut. Hal yang mendorong produsen melakukan pemberian merk adalah karena merk mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Mempermudah konsumen mengenali suatu produk
2. Membantu dalam market share (pangsa pasar)

3. Membantu dalam proses pemasaran dan periklanan
4. Untuk membedakan barang yang diberi merk dengan barang yang lain, karena mempunyai ciri khas
5. Produsen memandang nama merk memberi peluang untuk mengetahui ciri khas dari produknya dan digunakan sebagai standar untuk membedakan harganya.

Alasan mengapa konsumen melakukan pembelian televisi berwarna Merk Sony, karena menurut konsumen yang melakukan pembelian televisi berwarna Merk Sony mengatakan bahwa produk televisi berwarna Merk Sony mempunyai kualitas yang bagus. Televisi berwarna Merk Sony mempunyai kualitas yang sudah dikenal oleh hampir semua kalangan masyarakat, hal ini bisa dilihat dari respon yang cukup baik dari masyarakat terhadap keputusan pembelian televisi berwarna Merk Sony.

Proses pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Pendekatan proses dalam pengambilan keputusan yang memberikan gambaran secara khusus tentang alasan mengapa konsumen berperilaku tertentu dapat dibagi kedalam dua hal pokok:

1. Merumuskan variabel-variabel struktural yang mempengaruhi perilaku konsumen, baik ekstern maupun intern
2. Menunjukkan hubungan antar variabel-variabel tersebut.

Mengenai variabel-variabel perilaku konsumen dapat dibagi kedalam 3

bagian yaitu:

- a. Faktor-faktor ekstern yang mempengaruhi perilaku konsumen
- b. Faktor-faktor individu yang mempengaruhi perilaku konsumen
- c. Proses pengambilan keputusan

Baik faktor ekstern maupun faktor individu keduanya dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Namun demikian, dalam pengambilan keputusan pembelian. Konsumen dibatasi oleh kemampuan yang ia miliki. Oleh sebab itu dalam pengambilan keputusan orang akan bersikap hati-hati dalam mempertimbangkan produk mana yang layak dibelinya yang dapat memberikan keputusan tertinggi.

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa perilaku konsumen mempunyai peranan dalam pemilihan suatu produk. Dengan latar belakang tersebut kita dapat melihat betapa pentingnya mengetahui perilaku konsumen yang berpengaruh dalam keputusan pembelian bagi produsen. Dengan adanya perkembangan perilaku konsumen, maka membuat konsumen dengan mudah mencari informasi yang lebih cepat dan tepat untuk memenuhi kebutuhannya.

Dengan demikian dapat diperkirakan bahwa permintaan terhadap kebutuhan produk Sony akan semakin meningkat dan produk Sony akan berusaha menarik konsumen sebagai pembeli produknya. Dilihat dari televisi berwarna Merk Sony, ini berkaitan dengan atribut produk yang dimiliki televisi berwarna Sony antara lain merk, ukuran, kualitas dan harga yang banyak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, pekerjaan dan penghasilan dari konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka peneliti tertarik memilih judul: “ANALISA PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEVISI BERWARNA MEREK SONY DI KELURAHAN BEGAJAH KECAMATAN SUKOHARJO”.

B. Perumusan Masalah

“Apakah terdapat keterkaitan yang berarti antara karakteristik konsumen yang terdiri dari faktor pendidikan, pekerjaan dan penghasilan ada kaitannya dengan atribut produk yang berupa merk, ukuran, kualitas, dan harga terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian televisi berwarna Merk Sony. Dan diantara faktor-faktor tersebut manakah yang paling erat hubungannya?”

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui keeratan hubungan antara karakteristik konsumen berupa pendidikan, pekerjaan dan penghasilan ada kaitannya dengan atribut produk berupa merk, ukuran, kualitas, dan harga terhadap keputusan pembelian televisi berwarna Merk Sony
2. Untuk mengetahui variabel yang paling erat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Produsen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai suatu informasi dan bahan pertimbangan bagi produsen produk televisi berwarna Merk Sony

dalam usaha mengantisipasi kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam usaha meningkatkan volume penjualan di masa yang akan datang.

2. Bagi Peneliti Lain

Sebagai salah satu sumber referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sejenis.

E. Sistematika Penelitian

Skripsi ini terdiri dari 5 Bab, dimana dalam tiap bab akan menguraikan antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menguraikan tentang teori-teori penelitian meliputi pengertian pemasaran, konsep pemasaran, marketing mix, perilaku konsumen, teori-teori perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, model perilaku konsumen, proses keputusan pembelian dan teori-teori relevan yang mendukung penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan tentang metodologi penelitian, kerangka teoritik, hipotesa, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi, sampel, definisi operasional dan metode analisa data.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan tentang gambaran umum obyek penelitian, diskripsi data serta hasil survey konsumen televisi berwarna Merk Sony Dikelurahan Begajah Kabupaten Sukoharjo, analisa data dan pembahasan serta hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan dikemukakan tentang kesimpulan dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN