

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan bisnis semakin ketat dan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan harus mengenali konsumennya secara teliti, terutama untuk mengenali siapa yang menjadi konsumen dari produknya dan alasan yang mendasari konsumen memilih produknya. Perusahaan yang memahami bagaimana konsumen akan bereaksi terhadap berbagai bentuk produk, harga, daya tarik iklan yang berbeda dan sebagainya, akan mempunyai keuntungan besar atas para pesaingnya.

Kualitas Produk dipandang sangat perlu karena merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam memikat konsumen untuk melakukan pembelian sekaligus memuaskan konsumen. Konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan informasi kepada orang lain tentang pengalamannya terhadap produk yang dikonsumsinya.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya adalah hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk melakukan pembelian ulang dan tercipta loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke

mulut *word of mouth communication* yang menguntungkan bagi perusahaan (Swasta, 2001: 84).

Perubahan lingkungan yang terjadi dapat dilihat dari perubahan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Hal ini juga dipengaruhi oleh karakteristik konsumen. Konsumen selalu menghubungkan produk yang dikonsumsi dengan karakteristik yang dimilikinya. Memahami karakteristik konsumen sangat bernilai bagi produsen sebagai peluang bisnis untuk memposisikan produknya di pasaran.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk Simpati?
2. Bagaimana pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian produk Simpati?
3. Bagaimana pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian produk Simpati?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk Simpati?
5. Di antara keempat variabel persepsi harga, kualitas, distribusi dan promosi mana yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian produk Simpati?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk Simpati?
2. Menganalisis pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian produk Simpati?
3. Menganalisis pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian produk Simpati?
4. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk Simpati?
5. Menganalisis diantara keempat variabel persepsi harga, kualitas, distribusi dan promosi mana yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian produk Simpati?

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Bagi peneliti yaitu untuk menerapkan metode atau ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan belajar untuk menganalisis permasalahan yang ada serta memecahkan permasalahannya;
2. Bagi Pembaca diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan, perbandingan, dan sumber acuan untuk bidang kajian yang sama.

E. Sistematika Skripsi

Skripsi ini terdiri dari lima bab, gambaran pembahasan masing-masing bab adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan tentang berbagai teori yang relevan dengan penelitian yaitu pengertian perilaku konsumen, pengertian keputusan pembelian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kerangka pemikiran, hipotesis, populasi, sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, pengukuran dan instrumen penelitian, dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menerangkan gambaran umum obyek penelitian, gambaran populasi dan responden, analisis data, dan pembahasan dari analisis data yang sudah dilakukan oleh peneliti.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan yang ditarik dari analisis data dan pembahasan, serta saran-saran.