

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Rokok Gudang Garam Signature merupakan suatu produk yang di produksi oleh PT.Gudang Garam.Tbk yang terletak di Kota Kediri.PT.Gudang Garam.Tbk terletak pada daerah yang strategis sehingga dapat mempengaruhi perkembangan produk. Disini penulis bukan hanya akan menerangkan mengenai Rokok Gudang Garam Signature, tetapi juga membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Rokok Gudang Garam Signature. Rokok Gudang Garam Signature memiliki keunggulan yaitu citra rasa campuran tembakau dan cengkeh yang berkualitas dalam kemasan yang modern merupakan cerminan pas bagi gaya hidup perokoknya. Selain itu kemasan dari segi harga sangat cocok bagi penggunanya, Rokok Gudang Garam Signature memang sengaja di ciptakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi-pribadi yang memiliki jiwa muda penuh gelora dan menyukai beragam tantangan dalam hidupnya.Tak heran Gudang Garam Signature dengan slogan “*Committed to Greatness*” sudah di akui sebagai salah satu primadona rokok filter di Indonesia maupun di dunia internasional.

Persaingan bisnis dalam era globalisasi semakin dinamis, kompleks dan serba tidak pasti menyediakan peluang tetapi juga tantangan. Setiap perusahaan dalam industri ini berusaha untk menarik perhatian (calon) konsumen melalui pemberian informasi tentang produk. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah

mendapatkan keuntungan yang diinginkan untuk mempertahankan tingkat keuntungan yang berhasil dicapai dan berusaha meningkatkan keuntungan yang akan dalam jangka panjang. Tujuan ini dapat terwujud apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti apa yang di rencanakan. Dan salah satu tujuan umum dalam penjualan adalah menaikkan hasil penjualan pada tingkat tertentu yang di targetkan oleh perusahaan.

Pada dasarnya konsumen di pengaruhi oleh banyak faktor dalam melakukan pembelian diantara lain ialah kualitas produk, harga, dan citra merek. Dalam hal ini produk yang di teliti adalah produk rokok Gudang Garam Signature. Untuk menganalisis dan meneliti tentang perilaku konsumen terhadap pembelian produk Rokok Gudang Garam Signature terlebih dahulu harus di ketahui siapa pangsa pasarnya, apa yang menjadi dasar keputusan pembelian dalam membeli, serta kapan dan bagaimana cara konsumen membelinya. Sedangkan dalam diri individu konsumen terdapat proses untuk mengadakan pemilihan berdasarkan apa yang di dengar, di lihat, dan dirasakan tergantung dari lingkungan dimana konsumen tersebut berada.

Dengan adanya berbagai jenis produk rokok yang mempunyai kualitas, harga, citra merek yang bervariasi menimbulkan banyak alternatif pilihan yang bisa di pilih oleh konsumen. Untuk menentukan pilihan produk, konsumen perlu membuat suatu keputusan pembelian. Keputusan dalam pembelian produk rokok Gudang Garam Signature ini mempertimbangkan tentang kualitas produk yang akan di beli, berapa harganya, bagaimana citra merek produk yang akan di beli.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Rokok Gudang Garam Signature (Studi Empiris di Kec.Nogosari Kab.Boyolali)**

1.2 RUMUSAN MASALAH PENELITIAN.

Perumusan masalah yang memiliki nilai penting serta relevan untuk dibahas dan diteliti berkaitan dengan judul di atas yaitu:

1. Apakah kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah harga secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah citra merek secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

1.3 TUJUAN PENELITIAN.

Secara umum tujuan penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian sedangkan secara spesifik tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
3. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.

1.4 MANFAAT PENELITIAN.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi hal manajemen dalam pengambilan keputusan pembelian terutama terkait dengan kualitas produk, harga kompetitif, dan citra merek produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dan untuk selanjutnya dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat.

2. Bagi peneliti lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya dengan hasil yang berbeda.

3. Bagi penulis

Diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih konkrit dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, dan menerapkannya pada data yang diperoleh dari objek yang diteliti.