

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin cerdasnya konsumen dan bertambahnya pilihan produk yang tersedia di pasar, menimbulkan persaingan yang sangat ketat pada produsen dalam usaha untuk memprebutkan perhatian konsumen untuk membeli produknya. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat, menjadi peluang bisnis. Hal tersebut menjadi dasar pemikiran para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. sehingga tidak berpaling ke pesaing meski terjadi perubahan.

Dalam persaingan yang tajam seperti ini, keberhasilan perusahaan banyak ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu dalam usahanya mendapatkan dan menggunakan barang ataupun jasa yang termasuk didalamnya proses keputusan pembelian. Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar. Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk mencapai suatu tingkat pertumbuhan

tertentu. Perusahaan tersebut akan berusaha menguasai pangsa pasar dengan berbagai strategi pemasaran dan juga pelayanannya dengan tujuan akhir mendapatkan laba maksimal dengan tingkat efisiensi kinerja secara optimal. Dengan kata lain, pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup dalam persaingan usaha yang semakin ketat dan untuk mengembangkan usahanya. Salah satu industri yang mengalami persaingan ketat saat ini adalah industri shampo.

Shampo sudah menjadi kebutuhan sehari-hari di dalam kehidupan manusia, dan pada saat ini semakin banyak jenis dan merek shampo yang beredar di pasaran. Oleh karena itu, konsumen memiliki kekuatan yang sangat besar dalam menentukan pilihannya yang ada di pasaran, konsumen biasanya menggunakan faktor-faktor seperti kemasan, merek dan harga sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian shampo. Kemasan yang menarik akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian, hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen secara psikologis yang mengatakan bahwa seorang konsumen akan melakukan pengamatan terhadap barang yang akan dibeli dan digunakan oleh konsumen.

Kemasan produk yang menarik akan mendorong seorang konsumen untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dalam penggunaan maupun penyimpanan sehingga konsumen merasa puas. Desain yang unik, ukuran yang bermacam-macam, warna, bentuk dan informasi yang diberikan pada kemasan akan semakin mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan produk. Dalam bisnis yang sangat ketat merek menduduki peranan besar terutama dengan penilaian konsumen terhadap kualitas atau mutu produk, sehingga merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Begitu pula dengan harga, harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Keputusan membeli suatu produk sepenuhnya ada pada diri konsumen karena pasar menyediakan berbagai pilihan produk dan merek yang beragam. Konsumen bebas memilih berbagai produk dengan menggunakan berbagai kriteria yang sesuai dengan kebutuhan, selera, daya beli, mutu yang baik, dan harga yang lebih murah.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KEMASAN, MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO PANTENE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kemasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian shampo Pantene pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta?
2. Apakah merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian shampo Pantene pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta?
3. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian shampo Pantene pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kemasan produk secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian shampo Pantene pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta?
2. Untuk menganalisis pengaruh merek secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian shampo Pantene pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta?
3. Untuk menganalisis pengaruh harga secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian shampo Pantene pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan untuk memberikan informasi dan membantu perusahaan khususnya produsen shampo Pantene dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat.
2. Bagi pembaca sebagai informasi atau gambaran bagi peneliti lain dalam memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan teori yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu pengertian pemasaran dan konsep pemasaran, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, keputusan pembelian, penelitian terdahulu dan hipotesis.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang kerangka pemikiran, data dan sumber data, populasi dan sample, instrumen penelitian, pengumpulan data, definisi operasional dan

pengukuran variabel, uji reliabilitas dan uji validitas, analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang karakteristik responden yang menjadi objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN