

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan persaingan didunia bisnis sangat ketat saat ini kebijakan dan strategi perusahaan juga selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman, kepercayaan dan loyalitas konsumen sangat penting bagi perusahaan karena menentukan keberlangsungan perusahaan.

Koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran perlu dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Dalam pemasaran terdapat juga penyesuaian dan koordinasi antara produk, harga, distribusi, promosi untuk menciptakan hubungan pertukaran yang kuat dengan konsumen (Swasta, 2000: 234).

Menurut Kotler & Armstrong, (2001: 354) kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan yang dapat dan mempunyai produksi yang baik pula perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya serta akan tumbuh dengan pesat dan dengan jangka waktu yang sangat panjang.

Untuk barang konsumsi, bentuk fisiknya sangat menentukan sekali bagi kelanjutan dalam penjualannya. Sedangkan untuk barang industri lebih mudah diatasi dengan kontak langsung antara pembeli dan penjual dalam penentuan bentuk fisiknya. (Swasta dan Irawan, 2008: 173)

Semakin maju dan semakin banyak manusia yang dalam kehidupannya menginginkan sehat selalu, baik sehat jasmani maupun sehat rohani. Dalam hal ini tidak kalah pentingnya tentang kesehatan gigi, kesehatan gigi merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari manusia maka dari itulah pentingnya menjaga kesehatan gigi dengan selalu menggosok gigi secara teratur hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan pasta gigi untuk membersihkan kotoran yang berada di dalam mulut seseorang pasta gigi merupakan kebutuhan yang sangat *vital* bagi pemeliharaan dan kesehatan gigi. Kesadaran masyarakat akan kesehatan gigi membuat banyak produsen terutama produsen pasta gigi mengeluarkan atau membuat pasta gigi sejenis baru. Hal ini dapat dilihat dipasaran, bahwa pasta gigi sekarang tidak lagi berasa segar tetapi banyak dijumpai dengan berbagai macam rasanya.

Dari berbagai merek pasta gigi yang beredar di masyarakat yang berkeinginan untuk dibeli antara lain adalah Close up, Ciptadent, Formula, Siwak F, Enzim, Ciptadent, Pepsodent. Dari sekian banyaknya merek pasta gigi tersebut salah satu merek pasta gigi yang akan diteliti adalah merek pasta gigi pepsodent. Hal ini didapat dan dilihat dipasaran bahwa pasta gigi pepsodent yang ada tidak lagi hanya seperti pasta gigi segar saja tetapi sekarang berbagai macam rasanya. Dipasaran akan membuat konsumen mempunyai banyak sekali pilihan dalam memilih produk pasta gigi pepsodent.

Disetap perusahaan yang bergerak dalam dunia kesehatan gigi berlomba-lomba untuk meningkatkan produksinya agar setiap produksi yang

dihasilkan menjadi jauh lebih baik dan berkualitas sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen. Agar perusahaan tetap hidup dan berjalan dengan baik maka perusahaan harus mengetahui apa yang dibutuhkan dan diperlukan oleh setiap konsumennya. Perusahaan harus selalu berusaha untuk memuaskan konsumen, dengan memberikan produk yang harganya lebih murah dari peaingnya, menciptakan produk yang berbeda dari pesaing sejenis serta selalu meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

Setiap perusahaan belajar untuk mendesaint produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan dipasaran dan strategi perusahaan itu sendiri, pelanggan yang rela mengorbankan uang mereka untuk membeli produk tentunya konsumen harus mendapat keuntungan yang sepadan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Segala sesuatu yang kurang yang berkaitan dengan strategi produk dapat menjadi masalah yang besar bagi perusahaan. Untuk mempertahankan kelangsungan dan kesuksesan perusahaan harus memikirkan dan memfokuskan dirinya bersepesialisasinya pada beberapa produk saja, kemudian mempertahankan dan memperkuat tingkat kualitas mutu produk. Strategi produk yang baik dapat menghubungkan keputusan yang berkaitan dengan produk dengan investasi, pangsa pasar, siklus hidup produk dan dapat dikaitan dengan seberapa luas lini produk yang ada.

Terciptanya kepuasan pelanggan maka konsumen merasa puas dan menjadi iklan yang paling efektif bagi pemasran produk. Akan tetapi pemahaman tentang perilaku konsumen cukup sulit dan manusia adalah individu yang sangat kompleks karena dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Dengan latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI PASTA GIGI PEPSODENT (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent ?
2. Adakah pengaruh variabel produk terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent ?
3. Adakah pengaruh dari variabel distribusi terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent ?
4. Adakah pengaruh dari variabel promosi terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent ?
5. Diantara keempat variabel harga, produk, distribusi, dan promosi manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel produk terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent
3. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel distribusi terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent
4. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel promosi terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent
5. Untuk mengetahui keempat variabel harga, produk, distribusi, dan promosi manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Nantinya penelitian diharapkan untuk acuan meneliti tentang yang menjadi masalah pokok harga, produk, distribusi, promosi serta mampu untuk memecahkan masalah yang ada.

2. Bagi Penelitian

Diharapkan penelitian ini mempunyai manfaat bagi rujukkan atau referensi untuk kajian dan penelitian tentang pokok masalah yang sama.

E. Sistematika Skripsi

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah dan memberikan gambaran mengenai isi proposal ini. Sistematika penulisan penelitian ini meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang membahas tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang landasan teori sebagai kerangka acuan pemikiran dalam pembasan masalah yang akan diteliti, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan bab yang menjelaskan mengenai metode penelitian, variabel penelitian termasuk pengukurannya dan definisi operasionalnya, penentuan jumlah sampel, jenis dan sumber data, dan metode analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan bagian dari analisis data yang mengolah data dengan data analisis yang telah ditetapkan, sehingga bisa menguji hipotesis.

BAB V PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil hasil penelitian dan saran-saran sebagai masukan bagi perusahaan maupun penelitian selanjutnya.