

**ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SEDAP DI KALURAHAN
KARTASURA KABUPATEN SUKOHARJO**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Management Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh :

**PUTRI ADHIKA HAPSARY
NIM. B 100 050 132**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis pemasaran mempunyai peranan yang sangat 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 barang manakah 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.

Produk Mie Sedap mempunyai kualitas yang sudah tidak diragukan lagi. Produk Mie Sedap sudah dikenal oleh hampir semua kalangan masyarakat, hal ini bisa dilihat dari respon yang cukup baik dari masyarakat terhadap produk Mie Sedap.

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 Mie Sedap akan semakin meningkat dan Mie Sedap akan berusaha menarik konsumen sebagai pembeli produknya. Konsumen dalam membeli produk Mie Sedap banyak dipengaruhi oleh selera konsumen, usia, pendapatan dan jenis pekerjaan.

Dengan karakteristik konsumen di atas maka penulis tertarik mengambil judul “ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SEDAP DI KALURAHAN NGESREP KABUPATEN BOYOLALI’.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka perumusan masalahnya yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen ditinjau dari selera, usia, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan terhadap keputusan pembelian secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen ditinjau dari selera, usia, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama?
3. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu meluas dalam pembahasannya, perlu kiranya penulis memberikan batasan-batasan dalam penelitian ini.

1. Objek penelitian ini diambil dari warga Kalurahan Ngesrep Kabupaten Boyolali.
2. Karakteristik konsumen yang diteliti adalah selera, usia, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan.
3. Keputusan membeli yang diteliti adalah jenis produk, merk, penjual, cara pembayaran.

D. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini tujuan yang hendak di capai oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen ditinjau dari selera, usia, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan terhadap keputusan pembelian secara parsial?
2. Untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen ditinjau dari selera, usia, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama?
3. Untuk menganalisis variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka manfaat penelitian yang dapat diambil, adalah :

1. Bagi Produsen

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu informasi dan bahan pertimbangan bagi produsen produk Mie Sedap dalam usaha mengantisipasi kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam usaha peningkatan volume penjualan.

2. Bagi Penulis

Dapat menerapkan teori-teori yang telah diperoleh selama dibangku kuliah untuk diterapkan pada kondisi yang nyata dalam suatu lingkungan.

3. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan bahan pertimbangan, pengetahuan, pe lajaran dan bahan bacaan dalam perkuliahan.

F. Sistematika Penulisan

Skripsi ini dibagi atas 5 bab pembahasan, meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan apa yang menjadi latar belakang masalah, perumusan masalah serta pembatasan masalah. Selain itu juga menerapkan tujuan, manfaat penelitian, kajian skripsi terdahulu serta sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dikemukakan teori-teori yang mendasar dan mendukung dalam penelitian sesuai dengan judul skripsi ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini memuat kerangka pemikiran, hipotesa data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini memuat tentang gambaran umum obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan dikemukakan kesimpulan, saran-saran.