

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya kebutuhan manusia (konsumen) mempunyai sifat yang terbatas. Hal ini bukan berarti bahwa secara kuantitatif satu macam kebutuhan (misal makan) tidak bisa dipuaskan. Orang bisa merasa puas makan tetapi yang dimaksud disini adalah bahwa secara total, kebutuhan manusia tidak akan terpuaskan. Begitu satu macam kebutuhan terpuaskan tiga atau empat kebutuhan lain akan timbul. Pada kenyataan manusia tidak dilihat dari sudut moral, tetapi dilihat sebagai manusia seperti apa adanya, yang biasanya selalu menginginkan kehidupan yang lebih baik. Kebanyakan ahli ekonomi memandang konsep "kepuasan yang tak terbatas" ini sebagai suatu anggapan kerja (*working hypothesis*), bukan sebagai konsepsi manusia yang utuh. Dalam penerapannya ilmu ekonomi tidak bisa lepas dari permasalahan moral yaitu penilaian mengenai mana yang baik dan mana yang buruk.

Sebagian besar masyarakat harus mempunyai sejumlah keputusan dalam menggunakan barang dan jasa baik itu dalam keadaan kecil maupun besar, dalam hal ini sejumlah keputusan pembelian terhadap minyak goreng merupakan keputusan paling sederhana yang terdapat dalam suatu keputusan pembelian produk oleh ibu rumah tangga. Minyak goreng Bimoli merupakan minyak goreng yang paling dikenal oleh konsumen khususnya para ibu rumah tangga. Minyak goreng merek Bimoli ini sudah memiliki penyebaran produk

yang meliputi seluruh wilayah nusantara. Hal ini disebabkan minyak goreng Bimoli telah diketahui sebagai produk yang menjadi pelopor dan bermutu baik dalam perindustrian minyak goreng di Indonesia.

Ditinjau dari sudut pandang produsen, implementasi strategi pemasaran pada aspek harga telah membuat minyak goreng merek ini memiliki harga yang dapat dijangkau oleh konsumen yang dalam hal ini adalah para ibu rumah tangga. Berdasarkan harga produsen dengan difokuskan pada pendekatan terhadap pendapatan dan selera konsumen, maka strategi ini telah mampu mempersuasi para ibu rumah tangga untuk selalu membeli dan mengonsumsi minyak goreng ini.

Pendapatan digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup usaha, pendapatan yang diterima adalah dalam bentuk uang, dimana uang adalah merupakan alat pembayaran atau alat pertukaran. Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi perilaku dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka.

Selera konsumen merupakan tindakan-tindakan yang terlibat secara langsung dalam memperoleh, mengonsumsi dan membuang suatu produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.

Konsep pemasaran adalah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomis dan sosial bagi kelangsungan hidup. Untuk itu perlu mendasari pentingnya menganalisis

faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian minyak goreng bimoli oleh ibu rumah tangga di Kelurahan Kadireso Kabupaten Boyolali.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh antara tingkat pendapatan keluarga terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli di Kelurahan Kadireso Kabupaten Boyolali.
2. Apakah ada pengaruh antara tingkat harga terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli di Kelurahan Kadireso Kabupaten Boyolali.
3. Apakah ada pengaruh antara selera konsumen terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli di Kelurahan Kadireso Kabupaten Boyolali.
4. Faktor-faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian minyak goreng Bimoli di Kelurahan Kadireso Kabupaten Boyolali.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji apakah ada pengaruh antara tingkat pendapatan keluarga terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli di Kelurahan Kadireso Kabupaten Boyolali.
2. Untuk menguji apakah ada pengaruh antara tingkat harga terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli di Kelurahan Kadireso Kabupaten Boyolali.

3. Untuk menguji apakah ada pengaruh antara selera konsumen terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli di Kelurahan Kadireso Kabupaten Boyolali.
4. Untuk menguji faktor-faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian minyak goreng Bimoli di Kelurahan Kadireso Kabupaten Boyolali.

D. Manfaat Penelitian

1. Sebagai sarana untuk mengaplikasikan pengetahuan untuk pengembangan teori khususnya teori tentang perilaku konsumen.
2. Memberikan masukan bagi produsen dalam menentukan kebijaksanaan pemasaran perusahaan dimasa yang akan datang, dengan mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pembelian minyak goreng Bimoli.
3. Sebagai informasi atau perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pemahaman dan penelahan penelitian, maka dibuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas Latar Belakang Masalah yang didasari penelitian. Di dalam bab ini dijelaskan pola perumusan masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang pengertian pendapatan konsumen, selera konsumen dan keputusan pembelian, kajian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode penelitian, penentuan objek yang terdiri dari populasi dan sampel, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis dan pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum subyek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan serangkaian pembahasan skripsi, keterbatasan penelitian dan saran – saran yang dapat dijadikan masukan dari berbagai pihak yang berkepentingan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**