PENGARUH HARGA, KUALITAS, JENIS DAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DETERJEN RINSO DAN DETERJEN SOKLIN DI DESA NGASINAN, NGUNTORONADI, WONOGIRI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

CATUR WIJAYANTO

B 100 040 198

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan besar dalam sistem perekonomian dan globalisasi telah menimbulkan dinamika aktivitas perdagangan dan bisnis di seluruh dunia. Fenomena tersebut diikuti dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan. Berbagai hal tersebut dapat menjadi ancaman atau juga peluang bagi suatu perusahaan.

Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam sektor industri tumbuh dengan pesat, sehingga menyebabkan persaingan yang semakin ketat antar perusahaan. Tingginya tingkat persaingan membuat pihak-pihak yang terlibat di dalamnya harus berupaya agar keberadaannya tetap diakui dan kemudian menarik konsumen pada keputusan pembelian. Pertumbuhan industri yang pesat dengan kemampuan berproduksi yang tinggi menyebabkan produk-produk yang tersedia sangat melimpah. Produk-produk dari berbagai jenis industri tersebut bersaing untuk merebut pangsa pasar.

Pertumbuhan pesat dalam industri deterjen itu ditunjang oleh pergeseran pola konsumsi masyarakat yang semula cukup menggunakan pembersih tradisional beralih ke produk pembersih modern, seiring meningkatnya taraf hidup mereka. Prospek industri deterjen yang diperkirakan

tetap bagus salah satunya disebabkan jumlah penduduk Indonesia yang terus bertambah dan taraf hidup yang semakin baik yang akan mendorong peningkatan konsumsi deterjen. Konsumsi deterjen per kapita diperkirakan akan terus bergerak sejalan dengan pertumbuhan gross domestik product (GDP) setiap tahun. Artinya semakin meningkat pendapatan masyarakat, maka konsumsi deterjen juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

Saat ini industri deterjen di Indonesia didominasi oleh lima perusahaan utama yaitu PT Unilever Indonesia Tbk dengan merek Rinso, Surf, Omo, Superbusa dan Sunlight. Wings Group dengan merek utama So Klin, Daia, Wings, Ekonomi, Ekstra Aktif dan Cemerlang. PT Sinar Antjol dengan merek B-29, PT Jayabaya dengan merek Kucing Anggora, Suroboyo dan PT Kao dengan merek utama Attack, Dino. Besarnya potensi pasar deterjen domestik, mendorong para pengusaha deterjen untuk membangun berbagai strategi. Para pengusaha dalam industri ini bersaing melakukan strategi untuk meraih konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen tersebut.

Berdasarkan sumber dari majalah SWA No.19/XXI/15 - 28 September 2005 dan majalah SWA No.20/XXII/21 September – 4 Oktober 2006 tingkat persaingan yang ada dalam industri sabun deterjen. Persaingan yang terjadi pada industri tersebut sangatlah tinggi, hal tersebut terlihat dalam urutan pemenang ICSA (*Indonesian Customer Satisfaction Award*) yang berubah dari tahun ke tahun. Pada survei kepuasan pelanggan 2005 hingga 2006 posisi teratas pada produk sabun cuci bubuk dikuasai oleh Attack dan Rinso. Pada tahun 2005 So Klin berada pada posisi ketiga dibawah posisi Rinso dan Attack

dan lebih unggul dibandingkan Daia dan Surf. Pada tahun 2006 posisi So Klin diungguli oleh Daia dan Surf sehingga turun pada posisi kelima.

Penurunan posisi pada tingkat kepuasan pelanggan sabun deterjen So Klin juga diikuti dengan penurunan pangsa pasar sebagaimana sumber berita dari majalah SWA No. 20/XX/30 September-13 Oktober 2004. Penurunan dapat dilihat bahwa pada tahun 2004 So Klin memperoleh pangsa pasar sebesar 9,9% kemudian pada pada tahun 2005 SoKlin mengalami penurunan pangsa pasar menjadi 7,09%. Pada tahun 2006 pangsa pasar So Klin kembali turun menjadi 7,01 %.

Warga di Desa Ngasinan, Nguntoronadi, Wonogiri sebagian besar merupakan konsumen dari deterjen So Klin dan Rinso. Berdasarkan observasi awal diketahui bahwa semagian besar menyukai deterjen So Klin dan Rinso karena tidak merusak tangan, mempunyai bau wangi yang tahan lama, mudah didapatkan, mempunyai berbagai jenis dan warna serta mempunyai harga yang terjangkau.

Tingginya persaingan dalam industri sabun deterjen membuat perusahaan-perusahaan yang ada harus bekerja keras untuk meraih konsumen. Upaya untuk merebut pengakuan dari pelanggan, erat kaitannya dengan merancang strategi pemasaran yang unggul dengan memperhitungkan strategi pesaing. Untuk dapat merancang strategi pemasaran yang unggul, peran dari bauran pemasaran (marketing mix) sangatlah penting, karena tugas dasar dari pemasaran adalah mengkombinasikan keempat elemen dari bauran pemasaran (*Product, Promotion, Price, Place*) ke dalam program pemasaran untuk dapat menarik konsumen yang berpotensi melakukan pembelian.

Salah satu cara untuk menarik konsumen pada keputusan pembelian produk deterjen adalah kualitas produk dan harga. Kualitas barang yang diberikan bersama-sama dengan pelayanan akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pelayanan yang ia terima. Semakin baik kualitas barang akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang ia terima. Sebaliknya, barang yang kurang berkualitas akan merusak kepuasan konsumen secara keseluruhan. Selain itu Konsumen biasanya memandang harga sebagai indikator dari kualitas suatu jasa, terutama jasa yang memiliki kondisi dimana kualitasnya sulit dideteksi sebelum jasa tersebut dikonsumsi. Hal tersebut berkaitan dengan kenyataan bahwa sifat jasa yang memiliki tingkat resiko yang cukup tinggi bila dibandingkan dengan produk barang. Dalam situasi dimana konsumen tidak dapat mengevaluasi barang dan jasa yang akan dibeli, maka ada kecenderungan bagi konsumen untuk menggunakan harga sebagai dasar menduga kualitas barang. Maka konsumen biasanya cenderung berasumsi harga yang tinggi mewakili kualitas yang tinggi atau dengan kata lain semakin mahal harga barang maka semakin bagus mutunya.

Selain masalah kualitas dan harga, jenis dan kemasan deterjen Rinso dan Soklin cukup menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Banyaknya jenis dan macam dari deterjen Rinso dan Soklin mempermudah para konsumen untuk dapat memilih sesuai dengan kebutuhan yang dikehendakinya. Sedangkan kemasan yang baik, tidak mudah rusak dan menarik menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian terhadap deterjen Rinso dan Soklin. Banyaknya pilihan jenis dan kemasan tersebutlah yang akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan orientasi masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga, kualitas, jenis dan kemasan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian deterjen Rinso dan Soklin di Desa Ngasinan, Nguntoronadi, Wonogiri?
2. Diantara harga, kualitas, jenis dan kemasan, manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian deterjen Rinso dan Soklin di Desa Ngasinan, Nguntoronadi, Wonogiri?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai melalui penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga, kualitas, jenis dan kemasan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian deterjen Rinso dan Soklin di Desa Ngasinan, Nguntoronadi, Wonogiri.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian deterjen Rinso dan Soklin di Desa Ngasinan, Nguntoronadi, Wonogiri.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan atau masukan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

2. Bagi Penelitian yang Lain

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dalam penelitian sejenis.

E. Sistematika Penelitian

Adapun sistematika penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori yang meliputi perilaku konsumen, harga, kualitas, produk, keputusan pembelian dan penelitian terdahulu.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini berisi kerangka pemikiran, hipotesis, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional, populasi dan sampel, serta analisis data.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, diskripsi data, analisis data, pembahasan dan hasil penelitian.

BAB V. PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN