

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MINUMAN MINERAL AQUA
DI BANYUDONO BOYOLALI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

ARDINA DIMAS SEPTYADI

B 100 060 201

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maka perdagangan makin bertambah maju, baik dalam jumlah maupun jenisnya. Perusahaan saling berlomba agar dapat memuaskan konsumen dengan cara menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan keinginan konsumen.

Dalam situasi ini mengakibatkan persaingan di pasar semakin tinggi baik persaingan dalam bentuk promosi, harga, kualitas produk dan yang lainnya. Banyak produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen mengakibatkan konsumen semakin selektif dalam memenuhi kebutuhannya, untuk itu maka seorang pemimpin perusahaan harus mampu menentukan unsur-unsur *marketing mix* secara efektif mungkin agar mampu disesuaikan dengan sikap dan perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Dalam mempelajari sikap konsumen, perusahaan perlu mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat mempengaruhi konsumen agar membeli produknya. Yang dimaksud konsumen disini adalah sekumpulan orang sebagai pembeli nyata atau potensial atas barang atau jasa.

Dalam memasarkan barang atau jasa suatu perusahaan dihadapkan pada suatu pertanyaan mengapa dan bagaimana konsumen membeli barang atau jasa tersebut, mengapa konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Hal

yang paling mendasar adalah konsumen menentukan kebutuhan akan suatu barang tersebut berdasarkan kebutuhan dan bagaimana konsumen mendapatkan atau memiliki barang atau jasa tersebut. Perusahaan akan lebih meningkatkan kualitas sumber daya yang telah tersedia dengan memakai tempat-tempat yang telah dipasarkan untuk konsumen.

Demikian juga dengan produk yang lain, perusahaan akan lebih meningkatkan kualitas produk tersebut sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam berbagai segi karena produk tersebut merupakan upaya perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat dipasarkan pada konsumen yang membutuhkan.

Dengan pendekatan proses dalam pengambilan keputusan tersebut akan mengakibatkan ketidaksamaan dalam perilaku dari konsumen ataupun perbedaan-perbedaan tersebut dapat terlihat jelas pada saat konsumen memberikan tanggapan-tanggapan yang berbeda. Untuk lebih jelasnya pengertian perilaku konsumen terhadap pembelian produk tertentu akan dipengaruhi oleh harga, kemasan, lokasi penjualan, pelayanan, kenyamanan, desain toko dan promosi yang ditawarkan pada langganan dan penggolongan barang-barang.

Semua faktor-faktor yang diutarakan di atas akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian produk. Oleh karena itu setiap perusahaan yang memasarkan barang-barang konsumen perlu dan harus mengkaji perilaku konsumen dan hasil produknya, dengan demikian produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Penelitian ini mengambil kasus dari produk minuman mineral AQUA. Minuman mineral AQUA adalah minuman mineral yang memiliki komitmen untuk menyediakan air mineral yang berkualitas untuk konsumsi anda sekeluarga setiap hari.

Di pasar terdapat merk dan kualitas produk minuman mineral yang bermacam-macam dan diproduksi oleh berbagai macam produsen minuman mineral. Dengan banyaknya merk dan kualitas produk susu yang ditawarkan di pasar, maka mengakibatkan konsumen lebih selektif dalam melakukan pembelian dengan cara terlebih dulu melakukan penelitian yang tepat dengan keinginan dan kebutuhannya.

Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis menulis skripsi dengan judul: **“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MINUMAN MINERAL AQUA DI BANYUDONO BOYOLALI”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka permasalahan yang ada dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah karakteristik konsumen yang terdiri dari faktor pendidikan penghasilan, status pekerjaan ada kaitannya dengan atribut produk berupa harga kemasan, promosi dan jenis terhadap keputusan pembelian minuman mineral AQUA?
2. Diantara faktor-faktor tersebut, manakah keterkaitan yang paling erat terhadap keputusan pembelian produk minuman mineral AQUA?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Ingin mengetahui adanya keterkaitan antara karakteristik konsumen berupa penghasilan pendidikan status pekerjaan dengan atribut produk berupa harga kemasan promosi dan jenis terhadap keputusan pembelian produk minuman AQUA.
2. Ingin mengetahui faktor-faktor mana yang memiliki keterkaitan yang paling erat terhadap pembelian produk minuman AQUA.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian dianggap penting dilaksanakan sebab dari hasil penelitian ini diharapkan akan dapat bermanfaat.

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi masukan guna menetapkan kebijakan dalam hal harga kualitas produk kemasan jenis produk dan promosi yang dilakukan perusahaan berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan konsumen dapat menerima dan melakukan pemilihan terhadap produk minuman mineral tersebut.

2. Bagi Konsumen

Untuk memberikan informasi, kepada semua lapisan konsumen agar dapat melakukan suatu pemilihan produk minuman mineral yang dapat diterima sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya masing-masing

dengan mempertimbangkan atribut produk-produk yang ada sehingga kebutuhan akan produk minuman mineral akan terpenuhi.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Memberikan khasanah kajian tentang perilaku konsumen kaitannya penilaian atribut produk, serta memberikan kontribusi dalam bidang ilmu perilaku konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dari penulisan ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini akan dibahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dibahas mengenai manajemen pemasaran implikasi perilaku konsumen terhadap strategi pemasaran,, pengertian perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan proses keputusan pembelian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang kerangka pemikiran hipotesa data dan sumber data serta rencana analisa data.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi gambaran umum daerah penelitian mengenai kondisi geografis, kondisi demografi, diskripsi hasil survey responden minuman minera AQUA dan analisa kuantitatif dengan chi square dan analisis kontigensi.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan dikemukakan kesimpulan dari hasil analisa data dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN