

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis untuk memenangkan persaingan, sebuah produk harus memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk lain. Untuk itu perlu diterapkan strategi pemasaran yang tepat guna mempertahankan dan memperluas pasar. Salah satu strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan adalah dengan menghasilkan produk yang berkualitas yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Namun hal tersebut tidak membuat konsumen cukup puas karena konsumen juga perlu mengetahui atribut-atribut pendukung yang berkaitan dengan produk tersebut mulai dari, merek, kemasan, label, layanan pelengkap dan garansi yang berkaitan dengan produk ( Tjiptono, 2005:103 ). Hal tersebut juga mempengaruhi konsumen untuk melakukan atau memutuskan pembelian.

Atribut produk merupakan hal yang penting bagi konsumen juga produsen yang ada pada suatu produk. Masyarakat sangat memperhatikan produk-produk yang akan mereka pilih untuk dikonsumsi mereka. Dengan banyaknya informasi dari atribut produk maka konsumen banyak melakukan proses untuk melakukan sebuah keputusan pembelian terutama ibu-ibu rumah tangga yang sering kali membeli produk-produk yang berkaitan dengan makanan baik berupa rempah-rempah bumbu penyedap dan lainnya. Dengan semakin berkembangnya pengetahuan dan pendidikan maka masyarakat semakin selektif dalam memilih suatu produk dengan memperhatikan atribut pada produk yang akan mereka beli atau mereka konsumsi.

Namun tidak semua atribut produk yang ada pada produk diperhatikan oleh konsumen yang akan melakukan pembelian khususnya produk penyedap rasa Masako. Produk Masako merupakan produk yang mempunyai banyak atribut produk yang bisa dijadikan pertimbangan oleh konsumen dalam melakukan pembelian, karena Masako adalah produk penyedap rasa yang digunakan ibu rumah tangga sebagai penambah cita rasa pada masakan yang akan mereka konsumsi, sehingga konsumen butuh banyak informasi dari atribut produk tersebut baik berupa kandungan, kualitas dan hal lainnya yang berkaitan dengan produk Masako. Selain itu Masako juga memberikan kemudahan bagi ibu rumah tangga dalam proses memasak sehingga konsumen banyak menggunakan Masako. Oleh dari itu perlu kita ketahui atribut apa saja yang terkait dengan produk Masako yang mempengaruhi dan diperhatikan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Maka dari itu dalam penelitian ini hanya menggunakan empat atribut produk yaitu, merek, kemasan, pelabelan dan layanan pelengkap, karena dianggap sesuai atau yang ada kaitannya dengan produk yang akan diteliti.

Merek merupakan atribut produk atau nama pada suatu produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen karena merek tersebut menjadi sebuah kekuatan yang membedakan suatu produk dengan produk yang lain. Selain itu merek juga menggambarkan kualitas pada suatu produk, Konsumen beranggapan merek yang terkenal mempunyai kualitas yang bagus.

Kemasan merupakan salah satu atribut produk yang dijadikan produsen untuk mempertahankan mutu dan keamanan produk selama mungkin. Mutu produk yang terjaga dalam waktu yang lama akan memudahkan produsen dalam mendistribusikan produknya kepada konsumen yang letaknya sangat jauh

sekalipun. Selain berfungsi menjaga mutu, kemasan juga bisa dimanfaatkan oleh produsen untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen termasuk di dalamnya adalah memberikan informasi-informasi yang lebih detail mengenai produk tersebut, seperti komposisi bahan, nilai gizi dan lain-lain. Selain informasi mengenai produk tersebut, produsen juga boleh mencantumkan klaim-klaim yang dapat memikat konsumen, namun informasi dan klaim yang dicantumkan harus benar, jelas, dan jujur, sesuai dengan ketentuan pasal 4 undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. (Anonymous, 2013).

Label juga atribut produk yang memberikan sumber informasi bagi konsumen tentang suatu produk karena konsumen tidak bisa bertemu langsung dengan produsennya. Oleh karena itu label dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen untuk menentukan pilihan. Namun bagi sebagian orang label pada kemasan mungkin tidak terlalu menarik untuk di simak. Tetapi pada dasarnya label harus tercantum pada kemasan produk yang akan kita konsumsi. Ada tidaknya label tersebut pada suatu produk juga bisa di jadikan tolak ukur kepedulian produsen terhadap para konsumennya dan yang terpenting bagi konsumen. Label menjadi panduan dalam memilih dan memilah produk seperti apa yang pantas di konsumsi oleh konsumen.

Layanan pelengkap pada suatu produk merupakan atribut produk yang memberikan kenyamanan serta fasilitas tambahan pada suatu produk, dewasa ini semua produk tidak terlepas dari pelayanan tambahan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan agar produsen bisa memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Pelayanan yang baik yang sesuai dengan harapan para konsumen dapat dijadikan tolak ukur bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, karena jika pelayanan yang ada pada suatu

produk tersebut nyaman maka konsumen juga merasa nyaman untuk membelinya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PENYEDAP RASA MASAKO (Studi pada Ibu-ibu Kecamatan Robatal Sampang)”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Atribut-atribut produk yang bertujuan untuk mempermudah konsumen untuk memilih produk dari semua aspek yang sesuai dengan keinginan mereka, termasuk aspek keamanan, kenyamanan dan kualitas dari produk tersebut. Sayangnya belum semua konsumen memperhatikan keberadaan atribut-atribut pada produk secara tepat, sehingga perlu diteliti hal apa saja yang menjadi keputusan masyarakat atau konsumen dalam memilih suatu produk dengan memperhatikan atribut-atribut yang ada, khususnya pada produk penyedap rasa Masako yang diproduksi oleh PT Ajinomoto Indonesia. Oleh karena itu, dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, pelabelan dan layanan pelengkap berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk penyedap rasa Masako?
2. Dari keempat variabel atribut produk (merek, kemasan, pelabelan dan layanan pelengkap) manakah yang berpengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian produk penyedap rasa Masako?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, pelabelan dan layanan pelengkap terhadap keputusan pembelian produk penyedap rasa Masako.
2. Untuk mengetahui variabel atribut produk (merek, kemasan, pelabelan dan layanan pelengkap) yang berpengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian produk penyedap rasa Masako.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk menilai kemampuan mahasiswa dalam menerapkan teori ilmu yang sudah didapatkan di bangku perkuliahan melalui praktek dilapangan dalam bentuk penelitian serta menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan penulis mengenai perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian melalui atribut produk serta dapat dijadikan sarana untuk mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang didapat pada saat perkuliahan ke dalam praktek nyata.

3. Bagi Pelaku Bisnis

Hasil penelitian ini dapat membantu pelaku bisnis atau Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dan evaluasi bagi perusahaan mengenai perilaku konsumen dalam memanfaatkan atribut produk serta dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan.

#### 4. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi, penambah wawasan, dan pengetahuan serta dapat juga digunakan sebagai pembandingan untuk penelitian selanjutnya.