

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LatarBelakangMasalah

Dalam dunia usaha dewasa ini seiring dengan masuknya era globalisasi dan perkembangan dunia akhir-akhir ini yang disertai dengan kemajuan teknologi, dengan sendiri akan mengakibatkan semakin tajamnya persaingan, baik dalam dunia industry baik itu usaha manufaktur atau jasa. Oleh karena itu perusahaan berlomba-lomba untuk memenangkan pasar persaingan karena pemasaran merupakan ujung tombak usaha yang biasanya dijadikan tolak ukur dari keberhasilan usaha. Inti dari pemasaran adalah pemuasan kebutuhan konsumen. Dalam pemasaran konsumen, konsumen adalah obyek yang dijadikan sasaran pasar, maka sangat penting sekali bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen.

Suatu perusahaan beroperasi disamping untuk mendapatkan laba atau keuntungan juga untuk mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya. Suatu perusahaan dalam rangka memenangkan persaingan dituntut melakukan kegiatan pemasaran bagi produk-produk yang dihasilkan. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran/penjualan produk tersebut, hingga pada akhirnya produk yang dihasilkan tersebut sampai kepada konsumen.

Bagi masyarakat Indonesia produk susu cair sudah bukan merupakan barang yang baru karena produk ini sudah lama hadir dan hamper semua lapisan masyarakat untuk mengkonsumsinya. Saat ini masyarakat tidak hanya memandang susu cair sebagai kebutuhan sekunder, akan tetapi merupakan kebutuhan primer untuk dikonsumsi sehari-hari. Produk susu kental manis Indomilk merupakan produk susu kental manis pertama yang telah diimpor oleh berbagai Negara di Asia seperti Malaysia, Singapura, Brunei maupun Filipina. Dalam perkembangannya produk susu kental manis Indomilk selalu melakukan inovasi untuk memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi susu Indomilk, salah satu inovasi yang dilakukan adalah memproduksi susu steril atau susu cair Indomilk. Susu cair ini adalah susu steril yang dikemas dalam botol transparan yang kedap udara, sehingga dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Keberadaan susu cair Indomilk memudahkan konsumen untuk mengkonsumsi susu cair kapanpun serta dimanapun konsumen berada.



Menghadapi persaingan yang semakin ketat, produsen susu cair Indomilk terus berupaya menciptakan inovasi-inovasi baru yang dapat menarik konsumen. Untuk menghadapi persaingan dari berbagai merek susu cair yang telah banyak beredar di pasaran seperti Milkita, Susu Bendera, Dancow, produsen susu cair

Indomilk terus berbenah dengan lebih mengedepankan kualitas dan menambah varian rasa pada produknya.

Bagi sebagian masyarakat, susu cair merupakan produk kebutuhan yang mudah, aman serta menyehatkan apabila dikonsumsi. Hal ini menjadi tantangan bagi perusahaan susu cair untuk saling memperebutkan pangsa pasar dengan cara menarik konsumen melalui *Brand Image* yang positif.

Pada swalayan Tom and Jerry konsumen yang membeli produk susu cair Indomilk merasakan manfaat yang dihasilkan oleh produk tersebut. Salah satu manfaat yang dirasakan oleh konsumen adalah membuat kondisi badan semakin baik serta menambah antibody tubuh, sehingga tubuh lebih tahan terhadap penyakit. Susu cair Indomilk mempunyai beragam macam varian rasa serta ukuran, sampai saat ini ada 4 macam varian rasa yang ditawarkan oleh produsen susu cair Indomilk yaitu rasa melon, coklat, vanilla serta strawberry dengan berbagai ukuran yang berbeda-beda. Produsen susu cair Indomilk disamping memberikan varian rasa yang beraneka ragam juga memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen, sehingga semua lapisan konsumen dapat membeli susu cair Indomilk.

Manfaat pelayanan jasa usaha penjualan produk susu cair Indomilk menjadi semakin penting, sehingga diperlukan pihak manajemen maupun perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2007:201) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah Budaya, Sosial, Pribadi, psikologi. Dengan mengetahui kekuatan yang mempengaruhi pembelian konsumen, maka perlu diadakan penelitian sehingga dapat diketahui perilaku konsumen tersebut dalam pembelian produk susu cair. Hal ini menjadi teramat penting, karena perusahaan harus selalu

memperhatikan perilaku konsumen agar mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Pemahaman akan perilaku konsumen mutlak diperlukan apalagi pada saat ini persaingan pada segmen susu cair berkemasan sangatlah pesat, hal mengenai perilaku konsumen menjadi sangat penting agar produk yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen. Keanekaragaman konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dapat dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri, konsumen akan memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian apabila produk yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pengambilan keputusan dalam pembelian merupakan suatu proses yang mempersatukan memori, pemikiran, pemrosesan dan penilaian-penilaian evaluative terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Adapun alasan yang melatar belakangi mengambil lokasi penelitian pada Swalayan Tom and Jerry adalah Swalayan Tom and Jerry merupakan swalayan yang telah banyak dikenal di Bangkalan sehingga banyak konsumen yang melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari pada swalayan ini, disamping itu pula swalayan Tom and Jerry Bangkalan menyediakan berbagai macam varian produk susu cair, salah satunya adalah susu cair Indomilk. Pada swalayan Tom & Jerry tersedia semua varian rasa dari susu cair Indomilk dengan berbagai ukuran yang berbeda-beda.

Masyarakat tentunya akan memilih produk susu cair yang mempunyai banyak keunggulan. Berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat baik dari iklan penjual, anggota keluarga atau teman yang telah memakainya ataupun dari sumber informasi lain maka mereka mempunyai banyak pilihan. Harapan yang ada, dengan memilih produk susu cair oleh masyarakat adalah

pemenuhan kebutuhan dan untuk menjaga kesehatan dengan mengeluarkan biaya yang ekonomis.

Dari uraian tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk membahas masalah penelitian tentang“ **Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cair Indomilk (Studi Pada Konsumen Tom & Jerry Bangkalan)**”.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat ditarik suatu rumusan permasalahan yaitu :

1. Apakah perilaku konsumen yaitu: kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu cair merek Indomilk di Swalayan Tom and Jerry Bangkalan?
2. Perilaku konsumen yang meliputi kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis, manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian susu cair merek Indomilk di Swalayan Tom and Jerry Bangkalan?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku konsumen yang terdiri dari faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan untuk membeli produk susu cair merek Indomilk.
2. Untuk mengetahui diantara faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis yang berpengaruh dominan terhadap keputusan Pembelian susu cair merek Indomilk.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan susu cair Indomilk. Faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Bagi penulis

Selain syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi juga untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran serta melatih untuk dapat menerapkan teori yang diperoleh selama menjalani kuliah.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan dapat dijadikan bahan mengembangkan penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran khususnya perilaku konsumen.