

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah

Dalam era globalisasi serta pasar bebas yang semakin santer dibicarakan serta bergulir dengan sangat cepat dan merambah ke seluruh negeri serta diperburuk dengan adanya gejolak moneter yang berkepanjangan, maka perusahaan harus bisa berorientasi kebutuhan dan kepuasan konsumen guna mencapai tujuannya yaitu mencapai tingkat keuntungan yang maksimal.

Sekarang ini banyak pertumbuhan bisnis perdagangan di daerah Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan-perusahaan di kota Yogyakarta. Sehubungan dengan berkembangnya bisnis perhiasan khususnya perak yang ada di Yogyakarta semakin banyak, maka perusahaan harus bersaing ketat dalam usahanya untuk mengatasi pangsa pasar yang ada.

Dalam menciptakan dan mempertahankan pelanggan tidaklah mudah karena kegiatan pemasaran beroperasi pada situasi persaingan usaha yang semakin ketat dalam lingkungan yang terus berkembang secara langsung maupun tidak langsung telah mempengaruhi kehidupan dan tata ekonominya. Perkembangan teknologi yang telah membawa perubahan sosial ekonomi yang mempengaruhi pemasaran pada umumnya. Pengaruh perkembangan teknologi tersebut sangat nyata.

Persaingan bukanlah antara apa yang diproduksi berbagai perusahaan dalam pabrik mereka , tetapi antara apa yang mereka tambahkan pada hasil

perusahaan tersebut dalam produk, pelayanan, harga, promosi, lokasi, dan pendapatan, dan hal-hal lain yang dianggap bernilai bagi orang lain (Kotler, 94).

Dalam persaingan yang sehat akan menimbulkan dampak positif sebagai berikut:

1. Harga bagi konsumen dapat murah.
2. Bisnis berusaha meningkatkan barang baru dengan mutu yang baik.

Perusahaan MD.Silver adalah perusahaan perak yang didirikan oleh Bapak Moeljodihardjo pada tahun 1936. Tujuan semula dari usaha ini adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, secara langsung juga mencoba berwiraswasta. Usahanya yang dirintis mulai tahun 1936 tersebut mengalami pasang surut dalam sejarahnya, pada masa Perang Dunia II tahun 1939-1945 termasuk sewaktu penduduk Jepang, praktis usaha-usaha termasuk kerajinan perak berhenti, demikian pula dengan usaha Bapak Moeljodihardjo. Kemerdekaan RI pada tahun 1945 membuat usaha kerajinan perak dimulai lagi, namun pada masa Revolusi Fisik tahun 1947-1949 usaha terhenti kembali. Tahun 1949, setelah berakhirnya masa Revolusi Fisik akibat kerusakan yang dialami dalam Perang Kemerdekaan, sehingga rakyat Indonesia mulai membangun lagi, khususnya usaha-usaha wiraswasta termasuk usaha kerajinan perak.

Perusahaan perak MD.Silver berlokasi di Kebowan, Kotagede, Daerah Istimewa Yogyakarta, tepatnya di utara Pasar Gede, Kotagede, Yogyakarta. Lokasi tersebut sangat strategis dalam hal proses produksi dan pemasaran,

karena bagi manajemen, tempat tinggal para tenaga kerja juga berpengaruh pada efisiensi proses produksi. Dan lokasi perusahaan yang termasuk dalam sentra kerajinan perak telah dikenal oleh masyarakat dan mudah dalam hal transportasi, sehingga dari segi pemasaran tidak menemui kendala promosi hasil produk.

Perusahaan MD. Silver dalam menentukan harga jual produknya menggunakan dasar informasi biaya penuh dalam periode triwulanan, karena harga bahan baku perak yang relative cepat berubah dan disesuaikan dengan suhu perkembangan situasi dan kondisi politik di Indonesia.

Perusahaan perak MD. Silver dalam perkembangannya hingga saat ini telah mampu memproduksi berbagai macam kerajinan perak, yakni :

- a. kerajinan perak alat-alat rumah tangga, misalnya : sendok, garpu, piring, dan lain-lain.
- b. Kerajinan perak miniature, misalnya : gerobag, becak, candi, kereta, andong, dan lain-lain.
- c. Kerajinan perak perhiasan, misalnya : anting, liontin, gelang, kalung, cincin, bros, dan lain-lain.

Alasan yang mendasari topik ini disebabkan adanya perubahan perilaku manusia untuk mendapatkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan modern menghendaki untuk mendapatkan barang dan jasa secara mudah dan efisien untuk mendapatkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidupnya pada waktu singkat dan tersedia berbagai macam barang yang diperlukan. Berdasarkan latar belakang maka kami

mengambil judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA PERUSAHAAN MD. SILVER, KOTAGEDE YOGYAKARTA”**

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Boge Triatmanto pada tahun 2003. Pada penelitian sebelumnya hanya meneliti pasar swalayan yang ada di Malang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat dikemukakan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari produk, pelayanan, harga, promosi, lokasi, dan pendapatan berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Perusahaan MD. Silver Kotagede di Yogyakarta?
2. Faktor apakah yang dominan berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Perusahaan MD. Silver Kotagede di Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari faktor produk, pelayanan, harga, promosi, lokasi dan pendapatan berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Perusahaan MD. Silver Kotagede di Yogyakarta.

2. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Perusahaan MD. Silver Kotagede di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini mempunyai manfaat :

1. Manfaat Penelitian Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bahan dalam pengambilan keputusan manajemen dalam menjalankan kegiatan pemasaran khususnya dan dalam strategi pemasaran. Dan dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan serta penentu kebijakan di masa yang akan datang.

2. Manfaat Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini merupakan usaha untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang didapat selama perkuliahan dan mempraktekkan penelitian secara langsung.