

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi, kemampuan perusahaan dalam memproduksi semakin besar. Agar perusahaan tetap eksis dalam persaingan, maka perusahaan harus memperhatikan salah satu fungsi pokoknya yaitu pemasaran. Dalam melaksanakan pemasaran yang baik, produsen harus mengetahui dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk yang ditawarkan akan sesuai dengan permintaan konsumen.

Salah satu faktor utama bagi perusahaan agar mampu bersaing untuk menarik konsumen adalah dengan meningkatkan mutu pelayanannya dan juga fasilitas produknya. Untuk dapat meningkatkan mutu dan pelayanannya maka sepantasnya perusahaan harus mengetahui perilaku konsumen secara mendalam, kecenderungan serta faktor-faktor yang mempengaruhinya untuk selanjutnya perusahaan harus dapat mengantisipasi dan menindaklanjuti terhadap perubahan perilaku konsumen tersebut dan selanjutnya dapat menyusun strategi ke depan bagi perusahaan. Karena perusahaan yang berhasil mencapai tujuannya adalah perusahaan yang mempunyai dan konsisten dengan visi, misi dan tujuannya untuk dapat menentukan strateginya, baik terhadap konsumen maupun untuk menghadapi pesaing dan perusahaan yang berorientasi pada konsumen.

Orientasi perusahaan yang paling utama adalah menciptakan keputusan pembelian konsumen yang jatuh pada produk yang dipasarkan, dengan pemahaman yang lebih dalam maka faktor eksternal yaitu faktor-faktor budaya dan sosial serta faktor internal perilaku konsumen yaitu faktor-faktor pribadi dan psikologi akan menjadi faktor penting yang harus dipahami pemasar.

Sikap konsumen akan suatu produk harus benar-benar dipahami oleh pemasar, termasuk pada produk yang bersifat barang sekunder seperti perlengkapan rumah tangga, meubelair dan lain sebagainya. Menurut Allport (1976) dalam Zulganief (2002) mendefinisikan sikap sebagai proses yang diorganisir berdasarkan pengalaman, yang merupakan respon individual terhadap semua obyek dan situasi yang terkait dengan pengalaman tersebut. Mengacu kepada pemahaman sikap tersebut, maka dapat diperkirakan bahwa konsumen yang terkait, yang sudah memiliki pengalaman maka akan memiliki sikap dan sikap tersebut akan mempunyai hubungan dengan kepuasan.

Menurut www.detik.com Industri meubelair di Jepara merupakan industri paling maju dibandingkan industri serupa di kota lain. Industri meubelair di Jepara yang umumnya merupakan industri rumah tangga mampu memberikan solusi pekerjaan untuk masyarakat setempat. Konsumen dari luar kota banyak yang berdatangan untuk berbelanja meubelair di Jepara. Hasil meubelair Jepara selain dijual didalam negeri juga berhasil menembus pasar global. Industri yang dulu hanya megandalkan kualitas barang saja, saat ini mulai mengembangkan pemasaran dengan memperhatikan konsumen.

Menurut www.detik.com industri meubelair saat ini sudah mulai membidik segmen pasar yang luas, pertimbangan mengenai tingkat ekonomi konsumenpun dibidik dengan berbagai strategi, termasuk studi terhadap sikap konsumen yang beragam.

Industri meubelair juga berkembang di seluruh wilayah di Indonesia, meburut www.detik.com kurang lebih pada tahun 1999 tercatat sekitar 120.000 Industri besar dan rumahan di Indonesia yang bergerak dibidang meubelair. Persaingan yang sangat ketat tentu terjadi dengan banyaknya pemain di bidang meubelair, dengan kenyataan tersebut seorang pemasar harus jeli menentukan strategi pemasarannya termasuk studi terhadap sikap konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan keputusan pembelian pada produk yang bersifat sekunder yaitu meubelair dengan judul : **ANALISIS SIKAP YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MEUBELAIR UD. AZMI JAYA KLATEN**

B. Batasan Masalah

Penulis membatasi penelitian ini supaya terarah pada tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Responden diperoleh dari data pembelian Meubelair yang tercatat pada UD. AZMI JAYA Klaten.
2. Variabel yang diteliti adalah :

- a. Faktor Sosial, yaitu Variabel Keluarga
- b. Faktor Pribadi, yaitu Variabel Pekerjaan
- c. Faktor Psikologi, yaitu Variabel Sikap

C. Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah dalam rencana penelitian ini, penulis uraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana sikap konsumen pada pembelian meubelair?
2. Apakah ada perbedaan sikap berdasarkan struktur keluarga dan berdasarkan pekerjaan ?
3. Bagaimana pengaruh sikap terhadap Pembelian ?
4. Apakah ada hubungan antara sikap dengan Kepuasan Konsumen ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan umusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini penulis uraikan sebagai berikut :

1. Untuk menguji sikap konsumen pada pembelian meubelair.
2. Untuk menguji perbedaan sikap berdasarkan struktur keluarga dan berdasarkan pekerjaan.
3. Untuk menguji pengaruh sikap terhadap pembelian meubelair UD. Azmi Jaya Klaten.
4. Untuk menguji hubungan antara sikap dengan kepuasan

E. Manfaat Penelitian

1. Dalam pengembangan ilmu, penulis berharap bahwa hasil yang nantinya didapatkan dari penelitian ini akan memberikan kontribusi teori bagi pengetahuan tentang sikap dan pembelian.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan tentang sikap dan pembelian. berada di ID, Amri, Jura dan sebagainya