

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada dasarnya, produk-produk yang ditawarkan oleh produsen dan dibeli konsumen adalah untuk memenuhi kebutuhan yang diharapkan. Oleh karena itu, para konsumen akan memilih barang atau jasa yang dapat memenuhi harapannya.

Permintaan adalah keinginan akan sesuatu produk yang didukung dengan kemampuan serta ketersediaan membelinya. Banyak produk-produk sabun yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan namun lebih banyak konsumen yang tetap berharap pada satu merk tertentu.

Konsumen sebagai sasaran pemasaran produk perusahaan, senantiasa menentukan sendiri apa yang ingin dibeli dan dikonsumsi. Menurut Swastha dan Handoko (1997:10), perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Dari konsumenlah akan timbul sumber kegiatan pemasaran yaitu : pada saat terjadi proses pembelian dan proses setelah pembelian tersebut.

Pada dasarnya pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh stimulus dalam bentuk Marketing Mix,

tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat personal. Dengan memahami kedua hal tersebut diharapkan perusahaan-perusahaan mampu memotivasi kemampuannya berdasarkan variabel-variabel lingkungan dan personal yang mempengaruhi landasan konsumen berperilaku.

Kebutuhan akan sabun merupakan kebutuhan pokok manusia (*basic needs*) di samping papan, pangan dan sandang. Sabun merupakan kebutuhan kesehatan yang merupakan bagian hidup manusia. Keputusan dalam membeli sabun bagi konsumen adalah merupakan keputusan yang penting karena terkait dengan kebutuhan kesehatan.

Hal yang menarik dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sabun untuk menjaga kesehatan tubuhnya. Pertimbangan konsumen dalam memilih produk makin beragam dan seringkali dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dirinya sendiri (eksternal) yaitu kebudayaan masyarakat di sekitar, kelas sosial, keberadaan kelompok referensi dan keberadaan keluarga.

Bertitik tolak dari uraian di atas, maka perlu diadakan penelitian tentang pengambilan keputusan pembelian sabun melalui penelitian yang berjudul : **“PENGARUH EKSTERNAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN NUVO”** (Studi pada Konsumen di Kelurahan Patang Puluhan).

B. Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan masalah, maka dalam penelitian ini perlu diadakan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Atribut sabun yang akan diteliti adalah harga, kualitas, kemasan dan citra.
2. Karakteristik konsumen yang akan diteliti berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan.
3. Variabel eksternal yang akan diteliti adalah variabel kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Dari uraian latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah faktor eksternal (variabel kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga) secara bersama-sama berpengaruh positif pada keputusan perilaku pembelian konsumen terhadap sabun nuvo?
2. Apakah faktor eksternal (variabel kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga) secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan perilaku pembelian konsumen terhadap sabun Nuvo?
3. Apakah ada perbedaan pengambilan keputusan perilaku pembelian berdasarkan karakteristik konsumen ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah

1. Menganalisis pengaruh eksternal yang terdiri dari variabel kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga yang mempengaruhi perilaku konsumen secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sabun Nuvo.
2. Menganalisis pengaruh variabel kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga secara parsial terhadap keputusan perilaku pembelian konsumen terhadap sabun Nuvo?
3. Menganalisis perbedaan pengambilan keputusan perilaku pembelian berdasarkan karakteristik konsumen.

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat, yaitu :

- 1) Bagi konsumen, sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian sabun mandi merek Nuvo.
- 2) Bagi peneliti, untuk menerapkan ilmu yang telah didapat dibangku kuliah ke dunia usaha yang sebenarnya.
- 3) Bagi perusahaan, untuk mengetahui faktor eksternal yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam membeli sabun Nuvo.