

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perekonomian membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha pada saat ini. Disamping itu banyaknya usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar dan berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan baik yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Dewasa ini perekonomian mengalami perkembangan teknologi dan informasi serta sektor lainnya.

Seiring perkembangan informasi maka dituntut kesiapan perusahaan dalam menjalankan perusahaannya terutama dalam menghadapi persaingan pasar. Semakin ketatnya persaingan yang ada mendorong perusahaan melakukan langkah-langkah yang lebih inovatif untuk menghadapi persaingan tersebut. Persaingan itu sendiri tidak lepas dari beberapa cara selagi cara tersebut masih dianggap relevan, bahkan cara tersebut akan dinilai sendiri oleh masyarakat sebagai konsumen dari produk yang mereka tawarkan. Persaingan pada masa kini bukanlah pada produk yang dihasilkan akan tetapi lebih kepada nilai guna atau manfaat yang didapat oleh konsumen, sebagai pemakai seperti bentuk kemasan yang lebih praktis sehingga keinginan masyarakat dapat dipenuhi.

Sebagai salah satu dari sekian banyak persaingan produk adalah persaingan yang terjadi dalam pemenuhan kebutuhan rumah tangga yaitu produk deterjen. Karena selain makanan deterjen merupakan produk yang

digunakan setiap hari, sehingga terjadi persaingan yang ketat pada produk detergen. Perusahaan yang menghasilkan produk deterjen sudah cukup banyak, seperti menghasilkan Rinso (PT.Unilever), Daia dan So Klin (PT. Sayap Mas Utama), Total (PT. Total Chemindo) dan masih banyak yang lainnya.

Daia merupakan produk detergen dengan harga ekonomis yang sangat terjangkau bagi masyarakat luas selain itu Daia mampu mencuci bersih dengan banyak macam produk inovasi terbaru yang ditawarkan. Daia berbeda dengan produk lainnya. Daia merupakan deterjen anti redeposisi yang dapat mencuci bersih tanpa menempel kembali noda yang sudah terangkat oleh deterjen pada kain dengan memakai butiran biru *Biolite* dan Daia merupakan butiran padat sehingga cukup membutuhkan sedikit untuk mencuci pakaian.

Menyadari keadaan posisinya masih tergolong baru dan berada dibawah Rinso, maka Daia berusaha meningkatkan minat beli konsumen dengan melakukan promosi dengan gencarnya. Salah satu caranya adalah dengan melakukan iklan diberbagai media untuk menjadi pemimpin pasar. Daia juga berusaha untuk memakai tokoh-tokoh yang cukup dikenal oleh masyarakat, agar produknya dapat diterima oleh masyarakat.

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut nyata.

Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya

Menurut Schiffman dan Kanuk (Etta Mamang dan Sopiah, 2013, h. 120) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen hendaknya memilih satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.

Berikut adalah faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu kualitas produk, harga, pelayanan, promosi dan kepercayaan merek. Dari beberapa faktor di atas kepercayaan merek, promosi, dan harga adalah yang dominan mempengaruhi minat konsumen.

Kualitas produk tidak terlalu berpengaruh karena Persaingan pada masa kini bukannya pada kualitas produk yang dihasilkan akan tetapi lebih kepada nilai guna atau manfaat yang didapat oleh konsumen, seperti kemasan praktis. Sedangkan pelayanan tidak dominan berpengaruh karena produsen dan konsumen tidak terlibat langsung dalam proses pembelian produk detergen Daia.

Berdasarkan uraian diatas bahwa memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat harus memahami apa yang diinginkan, dipikirkan, dirasakan serta dilakukan oleh konsumen. Sehingga produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat luas dan mampu bertahan di pasar. Contohnya produk detergen Daia yang tetap dikonsumsi dan diminati penduduk dikecamatan Parang,

hal tersebut merupakan bukti bahwa minat beli konsumen terhadap produk detergen Daia tetap ada dan mampu bertahan di pasar. Berdasarkan kajian tersebut penulis mempunyai keinginan untuk mengkaji lebih dalam mengenai “Pengaruh Faktor Kepercayaan Merek, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Detergen Daia di Kecamatan Parang Kabupaten Magetan”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan diatas, maka dapat di rumuskan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah variabel faktor kepercayaan merek, promosi dan harga secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli detergen Daia di Kecamatan Parang Kabupaten Magetan?
2. Apakah variabel faktor kepercayaan merek, promosi dan harga secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli detergen Daia di Kecamatan Parang Kabupaten Magetan?
3. Dari variabel faktor kepercayaan merek, promosi dan harga manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli detergen Daia di Kecamatan Parang Kabupaten Magetan?

## **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah pada variabel promosi dalam penelitian ini adalah promosi hanya terbatas pada iklan, yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli detergen Daia di kecamatan Parang kabupaten Magetan.

## **1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

1.4.1. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh faktor meliputi kepercayaan merek, promosi dan harga secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli detergen Daia di Kecamatan Parang Kabupaten Magetan.

- b. Untuk mengetahui pengaruh faktor kepercayaan merek, promosi dan harga secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli detergen Daia di Kecamatan Parang Kabupaten Magetan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh faktor kepercayaan merek, promosi dan harga manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli detergen Daia di Kecamatan Parang Kabupaten Magetan.

1.4.2. Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk memperdalam dan menerapkan teori-teori yang telah didapat dalam realita kehidupan masyarakat sehari-hari.

2. Bagi lembaga pendidikan

Terutama Universitas Muhammadiyah Ponorogo sebagai bahan masukan untuk meningkatkan mutu system pembelajaran dan meningkatkan program penelitian.

3. Bagi dunia usaha

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui perwujudan variabel.