

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya pasar modern akhir-akhir ini membuat para produsen bersaing untuk menawarkan produk dan jasa yang sesuai dengan perkembangan pasar, produsen semakin lebih kreatif terhadap jasa dan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Berbagai macam inovasi baru dibuat semakin mengikuti gaya hidup masyarakat modern di era globalisasi. Menurut pendapat Kotler dan Amstrong (2008), menyatakan bahwa pencapaian sasaran organisasi lebih bergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta penyampaian kepuasan yang diharapkan akan lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Saat ini perkembangan produk alat-alat rumah tangga sangat populer di kalangan konsumen, terutama konsumen yang berlatar belakang sebagai ibu rumah tangga yang berada di kota-kota besar, hal ini yang kemudian berdampak pada semakin banyaknya produk yang berada di pasaran dengan variasi harga dan bentuk yang berbeda. Banyak perusahaan yang memproduksi produk untuk rumah tangga dengan berbagai macam bentuk yang menarik sesuai dengan kebutuhan rumah tangga.

Tupperware merupakan salah satu dari banyaknya perusahaan yang memproduksi dan menjual alat-alat kebutuhan rumah tangga. Dengan kualitas

yang mampu bersaing, Tupperware menawarkan banyak produk sesuai dengan kebutuhan peralatan rumah tangga yang aman bagi kesehatan konsumen serta ramah terhadap lingkungan.

Ada faktor lain yang mempengaruhi kesuksesan Tupperware di Indonesia, yaitu sistem penjualan yang menarik dari Tupperware, hingga kini produk Tupperware bisa berkembang dan bertahan di Indonesia karena sistem penjualan yang menarik dari perusahaan. Kualitas yang ditawarkan Tupperware juga sangat sesuai dengan harga produk yang ditetapkan oleh perusahaan, dengan kualitas terbaik dan harga yang lebih mahal dibanding produk yang sama dari para pesaingnya Tupperware mampu bertahan di pasaran sejauh ini. Sistem penjualan yang baik dari perusahaan mampu menunjang penjualan Tupperware di kota-kota besar, serta di dukung oleh gaya hidup masyarakat perkotaan yang sangat konsumtif, hal ini sangat berbeda dengan gaya hidup masyarakat pedesaan terutama masyarakat Wonosari, Gunung Kidul yang sangat sederhana.

Gaya hidup merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen saat akan melakukan pembelian. Keputusan pembelian akan terpengaruh oleh gaya hidup konsumen yang ingin membeli atau mempunyai produk sesuai kebutuhan dan bermanfaat serta memiliki kualitas yang baik dari sudut pandang mereka sendiri.

Perbedaan perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dipengaruhi oleh karakter dari konsumen itu sendiri, bagaimana gaya hidup yang dilakukan konsumen tersebut dapat diukur berdasarkan kegiatan di mana seseorang

melakukan aktivitas untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari seperti pekerjaan, hobi, belanja, hiburan, kegiatan sosial, olahraga, dan minat seseorang berdasarkan keinginan terhadap produk yang diinginkan, serta pendapat atau pandangan orang terdekat dari konsumen tersebut terhadap produk yang akan dibeli sehingga dapat mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen. Selain dari faktor gaya hidup, ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya yaitu, faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis (Setiadi, 2003).

Dari pendahuluan di atas, maka penulis akan meneliti bagaimana pengaruh gaya hidup, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Wonosari, Gunung Kidul. Penelitian ini dilakukan dengan maksud dan tujuan untuk meneliti produk Tupperware apakah gaya hidup, persepsi harga, serta citra merek mampu berpengaruh signifikan terhadap produk Tupperware sehingga menimbulkan keputusan pembelian bagi konsumen.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Dari variabel terkait penulis dapat menyimpulkan beberapa rumusan masalah yang akan diteliti, yaitu :

1. Apakah gaya hidup, persepsi harga, dan citra merek secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian produk Tupperware bagi masyarakat Wonosari, Gunung Kidul ?
2. Apakah gaya hidup konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Tupperware bagi masyarakat Wonosari, Gunung Kidul ?

3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Tupperware bagi masyarakat Wonosari, Gunung Kidul ?
4. Apakah citra merk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Tupperware bagi masyarakat Wonosari, Gunung Kidul ?

C. Tujuan Penelitian

Dari beberapa rumusan masalah yang ada penulis berharap dapat menganalisa beberapa masalah tersebut sebagai tujuan penelitian, yaitu :

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh gaya hidup, persepsi harga, dan citra merk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Tupperware bagi masyarakat Wonosari, Gunung Kidul.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Tupperware bagi masyarakat Wonosari, Gunung Kidul.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh persepsi harga produk pada keputusan pembelian produk Tupperware bagi masyarakat Wonosari, Gunung Kidul.
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh citra merk produk pada keputusan pembelian produk Tupperware bagi masyarakat Wonosari, Gunung Kidul.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini penulis berharap ada manfaat yang akan dicapai setelah penelitian ini selesai, seperti :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan di bidang ekonomi manajemen terutama pada pengaruh gaya hidup, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi penelitian mendatang tentang pengaruh gaya hidup, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pelaku bisnis Tupperware terutama ibu rumah tangga terkait, pengaruh gaya hidup, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen.