

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, maka dunia usaha pun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan pesat dalam dunia usaha juga memberikan gambaran tentang kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat, kesejahteraan yang meningkat ini akan meningkatkan pula daya beli masyarakat atau konsumen. Pemasaran sangat berpengaruh terhadap konsep perilaku konsumen dan secara terus-menerus dikembangkan dengan berbagai pendekatan untuk memahami konsumen dengan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan dan mereka rasakan. Perilaku Konsumen juga berperan sebagai proses atau hubungan antara beberapa tahap yang saling mempengaruhi antara tahap perolehan, tahap konsumsi, tahap tindakan pasca beli.

Toko Bin Yusuf yaitu perusahaan dagang yang bergerak dibidang pemasaran dan sudah berdiri sejak tahun 1951 di perusahaan dagang ini konsep perilaku pembelian konsumen mengacu pada perilaku pembelian konsumen akhir, perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk kebutuhan sehari-hari, selain itu di Toko Bin Yusuf perusahaan dagang yang menjual berbagai jenis barang seperti pakaian dan perlengkapan sekolah dan kantor, kain meteran, alat-alat olahraga dan alat-alat musik. Konsumen yang berbelanja disini pun mempunyai usia, pendapatan, tingkat pendidikan, dan

selera yang sangat beragam. Terkadang seorang konsumen dalam mengambil keputusan membeli, mereka melihat harga sesuai dengan kualitas produk. Dengan melihat harga dan kualitas produk maka konsumen akan melakukan penilaian, maka diambillah keputusan membeli atau tidak. Penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan. Selain itu adapun bentuk promosi yang dilakukan oleh perusahaan dagang ini adalah melalui periklanan penjualan dimana periklanan yakni melalui media elektronik. Dalam pembahasan mengenai harga dan periklanan maka banyak hal yang harus dipertimbangkan agar bagaimana produk yang di pasarkan di Toko Bin Yusuf tersebut dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

Harga merupakan salah satu faktor yang penting serta berpengaruh terhadap tingkat permintaan atas suatu produk. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan terhadap produk (Kotler, 2007). Oleh karena itu, perusahaan perlu menetapkan harga yang tepat. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut (Swastha 2007).

Kebutuhan akan adanya iklan berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan informasi yang diperlukan oleh konsumen. Hal ini yang menuntut mempengaruhi perkembangan media iklan, baik cetak maupun elektronik yang menjadi tempat menarik untuk memasang iklan produksi berbagai barang secara besar-besaran mengharuskan pihak produsen membawa dan memperkenalkannya secara aktif pada para calon konsumen dan

itu harus dilakukan melalui kegiatan periklanan. Produsen tidak bisa berdiam diri dan menunggu datangnya pembeli, tanpa iklan para konsumen yang tinggal jauh dari pusat-pusat produksi tidak akan memperoleh informasi mengenai adanya suatu barang yang dibutuhkan.

Mengembangkan program iklan menejer pemasaran harus selalu memulai dengan mengidentifikasi pasar sasaran dan motif pembeli. Perusahaan tentunya harus mengadakan pendekatan dengan konsumen agar bisa mewujudkan tujuan utama perusahaan, hal ini diwujudkan satu diantaranya dengan melaksanakan iklan yang layak sehingga diharapkan konsumen dapat mengerti tentang iklan yang diberikan dan juga merupakan kebutuhan informasi yang diperlukan oleh konsumen, hal ini yang dapat menuntut perusahaan untuk meningkatkan perkembangan informasi melalui media, baik cetak maupun elektronik yang menjadi tempat menarik untuk memasang iklan produksi berbagai barang secara besar-besaran mengharuskan pihak produsen membawa dan memperkenalkannya secara aktif pada para calon konsumen dan itu harus dilakukan melalui kegiatan periklanan.

Ketatnya persaingan dalam dunia usaha ini membuat perusahaan harus teliti dalam menerapkan strategi pemasaran baik dalam penetapan program promosi yang dilakukan, dan penetapan harga agar sasaran perusahaan dagang ini atau target perusahaan dapat tercapai dengan efektif dan efisien. Adapun daftar pembelian konsumen (populasi) ditoko Bin Yusuf Desember 2015 :

Tabel 1.1. Tabel Pembelian Konsumen Toko Bin Yusuf Bulan Desember 2015

Bulan	Jumlah Pembeli
Desember	3570 Orang
Jumlah	3570 Orang

Sumber data : Toko Bin Yusuf Gorontalo 2016

Berdasarkan uraian latar belakang maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang diberi judul **“Pengaruh Harga dan Periklanan Terhadap Perilaku Konsumen Pada Toko Bin Yusuf Gorontalo”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan tersebut, maka masalah yang diidentifikasi oleh penulis adalah :

1. Penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan.
2. Dengan melihat harga dan kualitas produk maka konsumen akan melakukan keputusan membeli.
3. Kebutuhan akan adanya iklan berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan informasi yang diperlukan oleh konsumen.

1.3 Rumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh harga terhadap perilaku konsumen pada Toko Bin Yusuf?
2. Seberapa besar pengaruh periklanan terhadap perilaku konsumen pada toko Bin Yusuf?
3. Seberapa besar pengaruh harga dan periklanan terhadap perilaku konsumen pada toko Bin Yusuf?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap perilaku konsumen yang ada di Toko Bin Yusuf.
2. Untuk mengetahui pengaruh periklanan terhadap perilaku konsumen yang ada di Toko Bin Yusuf.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan periklanan terhadap perilaku konsumen yang ada pada toko Bin Yusuf.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Untuk memberikan sumbangan pikiran terhadap pengembangan ilmu mengenai konsep harga dan periklanan. Selain itu kegunaan penelitian ini diharapkan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat baik bagi peneliti sendiri, bagi masyarakat, maupun pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti.

b. Manfaat Praktis

Memberikan informasi yang berguna bagi semua pihak yang terkait dengan penelitian ini dan berkepentingan, serta hasil dari penelitian ini sebagai referensi atau untuk melakukan penelitian lebih lanjut.