

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi dan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang kemudian diikuti oleh perkembangan bidang-bidang lainnya seperti politik, ekonomi, sosial dan budaya langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat luas. Akibat dari kondisi tersebut adalah terjadinya peningkatan yang cukup tajam akan kebutuhan sarana dan prasarana bagi masyarakat berpenghasilan. Dengan semakin meningkatnya kebutuhan, banyak perusahaan-perusahaan yang bermunculan menawarkan produk atau jasa sejenis sehingga menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat diantara perusahaan-perusahaan dalam merebut pangsa pasar. Perusahaan yang berorientasi kepada pasar harus memikirkan bagaimana mempengaruhi konsumen, khususnya pembeli potensial agar bersedia membeli produk yang dihasilkan.

Untuk dapat bertahan dalam keadaan yang peka terhadap perubahan yang penuh persaingan saat ini, sebuah perusahaan pertama-tama harus menentukan apa yang dapat dijual dan strategi apa yang dapat meningkatkan pelanggan. Di Indonesia sendiri salah satunya persaingan bisnis meliputi minuman yang berupa produk minuman kesehatan usus, karena penduduk Indonesia selalu mengabaikan gangguan

pencernaan. Padahal gangguan pencernaan dapat menimbulkan penyakit seperti Diare, Sembelit (*konstipasi*), radang usus buntu (*appendicitis*) dll. Untuk itu perlu diketahui apa sajakah yang diperlukan untuk menjaga kesehatan usus, suatu minuman kesehatan usus seperti yakult. Yakult (Yakurto) adalah minuman probiotik mirip *yogurt* yang dibuat dari *frementasi skimmed milk* dan gula dengan *bakteri lactobacillus casei*. Segmen penjualan utama yakult adalah anak-anak, namun orang tua adalah pihak yang melakukan keputusan pembelian produk bagi anak (Kasali, 2003). Berikut ini data penjualan minuman yakult di Lampung dari tahun 2009-2013 disajikan dalam Tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Tingkat Penjualan Minuman Yakult

Tahun	Tingkat Penjualan Minuman Yakult (dalam 1000 unit)
2009	28,17
2010	28,78
2011	29,47
2012	30,69
2013	32.13

Sumber: PT. Yakult Indonesia Persada Cabang lampung

Dari tabel 1.1 tersebut terlihat bahwa tingkat penjualan Yakult di Lampung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sehingga dapat di ambil kesimpulan bahwa Yakult banyak di komsumsi untuk menghindari gangguan pencernaan serta untuk mencinntai usus. Sangat penting untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan

konsumen sebelum mengeluarkan produk. Salah satu cara untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan dari konsumen agar konsumen merasa puas adalah dengan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan perilaku konsumen. Dalam perilaku konsumen akan dipelajari bagaimana konsumen bertindak dalam memakai atau mengkonsumsi produk. Untuk mengetahui perilaku membeli dari konsumen, maka perlu dipelajari sikap dan norma subyektif.

Secara konseptual *theory of planned bahavior* mengemukakan 3 determinan niat yang bersifat *independent* (Dharmmesta dalam Istiana *et,al* 2008). Pertama sikap terhadap perilaku yang menunjukkan tingkat dimana seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau kurang baik terhadap perilaku tertentu. Kedua norma subjektif sebagai faktor sosial yang menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Ketiga, kontrol perilaku yang dirasakan merupakan variabel yang menunjukkan mudah atau sulitnya melakukan tindakan yang dimaksud. Variabel ini mempunyai pengaruh kausal secara langsung pada variabel minat untuk melakukan tindakan atau secara tidak langsung melalui variabel minat, yang juga tidak dimediasi oleh variabel lain.

Sikap konsumen adalah ekspresi perasaan yang menunjukkan apakah seseorang menyenangkan atau pun tidak menyenangkan, menyukai atau tidak menyukai dan menyetujui maupun tidak menyetujui suatu objek (Simamora, 2004). Sedangkan norma subjektif merupakan persepsi seseorang terhadap pendapat orang lain yang mempengaruhi minat untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan perilaku (Mada, 2005). Kotler (2003) mendefinisikan sikap sebagai evaluasi, perasaan emosional, dan

kecenderungan bertindak baik yang *favorable* maupun *unfavorable* serta bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek atau ide. Sikap cenderung membentuk pola yang konsisten. Sikap relatif sulit berubah dan sikap membuat orang berperilaku relatif konsisten terhadap suatu objek.

Norma subjektif adalah persepsi seseorang mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku (Ajzen, 2005). Dalam model *theory of reasoned action* dan *theory of planned behavior*, norma subjektif adalah fungsi dari *normative beliefs*, yang mewakili persepsi mengenai preferensi signifikan lain mengenai apakah perilaku tersebut harus dilakukan. Signifikan memberikan panduan tentang hal yang tepat untuk melakukannya. Kontrol berperilaku secara langsung mempengaruhi niat untuk melaksanakan suatu perilaku dan juga mempengaruhi perilaku di mana dalam situasi pengguna berniat untuk melaksanakan suatu perilaku namun dihalangi dalam melakukan tindakan tersebut (Ajzen, 2005).

Minat untuk menggunakan kembali dan membentuk perilaku untuk menggunakan suatu barang atau jasa dapat tercapai apabila konsumen telah membentuk sikap yang positif terhadap suatu barang atau jasa (Ajzen dan Fishbein dalam Jogiyanto, 2007). Konsumen berperilaku tidak terlepas dari kegiatan melakukan keputusan untuk berperilaku. Keputusan yang akan diambil seseorang dilakukan dengan pertimbangan sendiri maupun atas dasar pertimbangan orang lain yang dianggap penting. Keputusan yang dipilih bisa gagal untuk dilakukan jika pertimbangan orang lain tidak mendukung, walaupun pertimbangan pribadi menguntungkan.

Dengan demikian pertimbangan subjektif pihak lain dapat memberikan dorongan untuk melakukan wirausaha atau keputusan berwirausaha, hal demikian dinamakan norma subjektif. Norma subjektif diartikan sebagai faktor sosial yang menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan wirausaha (Dharmmesta dalam Andika 2012).

Kontrol perilaku dipaparkan Ajzen (2005) mengacu pada persepsi-persepsi seseorang akan kemampuannya untuk menampilkan perilaku tertentu. Dengan kata lain Kontrol perilaku menunjuk kepada sejauh mana seseorang merasa bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu berada di bawah kontrol individu yang bersangkutan. Kontrol perilaku ditentukan oleh sejumlah keyakinan tentang hadirnya faktor-faktor yang dapat memudahkan atau mempersulit terlaksananya perilaku yang ditampilkan.

Minat membeli yaitu sikap, minat dan tindakan yang dilakukan konsumen dalam proses pengambilan keputusan dan merencanakan pembelian terhadap sejumlah merek. Minat konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik produk pemilihan terhadap manfaat dari suatu produk dan harga yang ditentukan oleh pemasar. Perilaku juga merupakan hasil dari proses mental. Sikap dan minat adalah contoh dari variabel-variabel mental yang mempengaruhi perilaku (Ellis & Hunt dalam Prasetijo 2004). Menurut Bagozzi dalam Sihombing (2004), perilaku dapat dibedakan menjadi tindakan, kegiatan, dan hubungan. Tindakan adalah pergerakan fisik dalam waktu yang pendek. Kegiatan didefinisikan sebagai tindakan-tindakan yang berulang kali dalam waktu yang relatif panjang.

Membangun kepercayaan konsumen telah dilakukan oleh PT Yakult sejak didirikan perusahaan. Hal itu terbukti dengan inovasi yang terus menerus dilakukan oleh PT Yakult Indonesia untuk selalu memberikan yang terbaik. Penelitian ini mengambil sampel di Kampung Baru karena warga dikalangan menengah ke bawah memiliki sikap tidak peduli terhadap gangguan pencernaan. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya para distributor yakult yang mengendarai sepeda atau pun mobil yang sering masuk di kawasan kampung baru dengan mendistribusikan Yakult di rumah, di ruko, di toko dll. Berdasarkan uraian di atas serta fenomena yang terjadi di saat ini banyaknya warga yang kurang memperhatikan kesehatan usus atau kurang mencintai usus sehingga peneliti ingin melakukan penelitian tentang “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, Minat Membeli Sebagai Mediasi Terhadap Perilaku Membeli Produk Yakult” (Survei Pada Masyarakat di Kampung Baru, Kecamatan Labuhan Ratu, Bandar Lampung).

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar sikap berpengaruh terhadap minat membeli?
2. Seberapa besar norma subjektif berpengaruh terhadap minat membeli?
3. Seberapa besar kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat membeli?
4. Seberapa besar sikap berpengaruh terhadap perilaku membeli melalui minat membeli?

5. Seberapa besar norma subyektif berpengaruh terhadap perilaku membeli melalui minat membeli?
6. Seberapa besar kontrol perilaku berpengaruh terhadap perilaku membeli?
7. Seberapa besar minat membeli berpengaruh terhadap perilaku membeli?

1.3. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan masalah penelitian yang telah dikemukakan di atas, penelitian ini memiliki tujuan, yakni:

1. Menganalisis pengaruh antara sikap terhadap minat membeli konsumen.
2. Menganalisis pengaruh antara norma subjektif terhadap minat membeli konsumen.
3. Menganalisis pengaruh antara kontrol perilaku terhadap minat membeli konsumen.
4. Menganalisis pengaruh antara sikap, terhadap perilaku membeli produk Yakult melalui minat membeli konsumen.
5. Menganalisis pengaruh antara norma subyektif, terhadap perilaku membeli produk Yakult melalui minat membeli konsumen.
6. Menganalisis pengaruh antara kontrol perilaku, terhadap perilaku membeli konsumen produk Yakult.
7. Menganalisis pengaruh antara minat membeli, terhadap perilaku membeli konsumen produk Yakult.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara Teoritis dan Praktis.

1. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak lain yang akan melakukan penelitian mengenai pengaruh sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, minat membeli sebagai mediasi terhadap perilaku membeli produk Yakult pada masa- masa yang akan datang.

2. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna dalam pengembangan Ilmu Administrasi Bisnis khususnya yang berkaitan dengan kajian mengenai pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, minat membeli sebagai mediasi terhadap perilaku membeli produk Yakult