

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan globalisasi telah menjangkau beberapa aspek kehidupan, akibat dari globalisasi persaingan bisnispun semakin tajam. Perusahaan yang dahulu bersaing pada tingkat lokal maupun nasional kini harus bersaing dengan perusahaan-perusahaan dari penjuru dunia, hanya perusahaan yang mampu menghasilkan produk yang berkualitaslah yang dapat bersaing.

Dalam era globalisasi di bidang teknologi dan persaingan pasar semakin ketat pada saat ini. Kegiatan pemasaran suatu perusahaan mengalami banyak rintangan salah satunya menghadapi banyak konsumen dengan perilaku atau sikap yang beragam. Salah satu aset untuk mencapai keadaan tersebut adalah dengan menciptakan produk-produk yang berkualitas dan mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen. Saat ini konsumen lebih selektif dalam membelanjakan uangnya untuk membeli produk, produk yang memiliki kualitas baik akan dipilih konsumen hal ini menyebabkan perusahaan berusaha lebih keras lagi agar produknya diterima konsumen.

Kebutuhan manusia menurut tingkat kepentingannya (intensitasnya) dibagi menjadi tiga bagian, yaitu : kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tertier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan yang mutlak harus dipenuhi dan

seandainya tidak bisa dipenuhi maka kelangsungan hidup manusia dapat terganggu. Contoh kebutuhan primer yaitu : makanan, minuman, pakaian dan kesehatan.

Manusia perlu minum karena merupakan hal yang penting sebagai salah satu cara mempertahankan hidup dan sekaligus menghilangkan rasa dahaga. Apalagi di negara yang mempunyai iklim tropis (panas) yang menyebabkan orang mudah kehilangan tenaga dan cairan, minuman sangat dibutuhkan oleh setiap orang dimana saja dan kapan saja, yang dapat menghilangkan rasa haus dan mengembalikan stamina yang hilang saat bekerja, dengan harga yang relatif terjangkau, yaitu : minuman ringan yang mengandung vitamin c dosis tinggi.

Dari sekian banyak jenis minuman ringan yang ada dipasaran, kebiasaan meminum minuman yang bervitamin merupakan suatu kebudayaan yang terjadi di luar negeri namun mulai menjadi trend di negara ini. Karena rasanya yang pas dengan selera (*taste*) masyarakat Indonesia dan masyarakat umum juga beranggapan bahwa minuman bervitamin c dosis tinggi ini dapat memulihkan tenaga sehingga banyak masyarakat yang mengkonsumsi minuman bervitamin ini.

Adapun merek dari minuman tersebut sangat bermacam-macam, namun penulis tertarik untuk membahas minuman yang bermerek *You C-1000*, yang diproduksi oleh PT Djojonegoro.

Produk minuman yang diproduksi PT Djojonegoro mulai memproduksi minuman vitamin C dosis tinggi, *You C-1000*, di dalam negeri dengan kapasitas produksi mencapai 10 juta botol per tahun. Prekom PT Djojonegoro C-1000, Husein Djojonegoro, di Jakarta, Minggu, menjelaskan sejak 27 Pebruari 2005 pihaknya telah

mengoperasikan pabrik minuman vitamin lemon yang merupakan lisensi Takeda Food Products Ltd., tersebut di Cimelati Jawa Barat. Sejumlah negara yang sudah dijajaki dan telah siap untuk menerima ekspor minuman bervitamin lemon tersebut, antara lain Saudi Arabia, Cina (Guang Chou, Macau, dan Hongkong), serta Malaysia, Husein optimis You C-1000 akan mendapat pasar yang besar di dalam negeri maupun ekspor karena minuman tersebut dinilainya memiliki nilai tambah kesehatan di samping menyegarkan dengan ramuan sodanya. Produk (You C-1000) telah dikenalkan kepada konsumen terbatas di Jakarta dan Bali selama bulan September hingga Januari 2005 dan mendapatkan sambutan yang sangat positif, beroperasinya pabrik di atas lahan seluas 90 ribu meter persegi yang dilengkapi teknologi canggih dan pengawasan yang ketat guna memenuhi standar internasional, maka You C-1000 siap dipasarkan di seluruh Indonesia. PT Djojonegoro C-1000, juga berencana mengeksport minuman kesehatan tersebut ke negara lainnya di Asia Pasific, seperti Australia dan Selandia Baru, serta jangkauan yang lebih luas ke seluruh dunia.

Dengan berkembangnya perusahaan PT Djojonegoro membuat pesaing menciptakan sebuah minuman yang sejenis, hal ini dengan hadirnya sebuah produk minuman bervitamin yaitu vitazone. Produk minuman ini juga mempunyai berbagai macam rasa buah yang dapat menarik hati konsumen untuk membelinya. Vitazone sebagai satu satunya minuman bervitamin. Dengan mengusung tema sehat, Vitazone hadir dengan gelar produk minuman bervitamin yang telah di sertifikasi Internasional untuk standart keamanan pangan ISO 22000 *FOOD SAFETY*, sebagai salah satu produk unggulan yang berkualitas dari Mayora

Berdasarkan keadaan diatas, maka penulis terdorong untuk membahas dan mempelajari lebih dalam bagaimanakah sikap dan perilaku konsumen terhadap minuman merek *You C-1000*, dan penulis merasa sangat tertarik untuk mengangkat masalah tersebut sebagai judul skripsi yang akan penulis susun secara lengkap dan judul skripsi tersebut adalah **”Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Minuman bervitamin c dosis tinggi *You C-1000* ” di sekitar kawasan pusat kantoran Harco Mangga Dua.**

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Identifikasi Masalah

1. Adanya Persaingan dengan produk lain, pesaing yang mengeluarkan produk sejenis menimbulkan persaingan.
2. Adanya perbedaan rasa dengan produk lain, perbedaan rasa menimbulkan persaingan dalam hal rasa bagi konsumen.
3. Masih banyak konsumen yang berpindah merek, adanya produk pesaing menyebabkan banyaknya konsumen yang berpindah merek.
4. Konsumen semakin selektif pada saat pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi suatu produk baik mutu, kualitas, harga, keuntungan mengkonsumsi produk tersebut dan proporsi nilai yang terkandung dalam minuman tersebut.

Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini, untuk membatasi masalah yang dibahas adalah :

1. Masalah yang dibahas adalah Analisis sikap dan perilaku konsumen terhadap produk minuman bervitamin c merek *You C-1000* kemasan botol isi 250 ml.
2. Penulis mengadakan penelitian kepada responden yaitu karyawan/karyawati pusat perkantoran Harco Mangga Dua, bagaimana sikap dan perilaku konsumen terhadap minuman merek *You C-1000*.

D. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini, untuk memperjelas masalah yang di bahas adalah :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap produk minuman bervitamin *You C-1000* ?
2. Bagaimana perilaku konsumen terhadap produk minuman bervitamin *You C-1000* ?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk minuman bervitamin *You C-1000*.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap produk minuman bervitamin *You C-1000*.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan akan dijadikan dasar pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif pada masa-masa yang akan datang.
2. Bagi penulis adalah menambah wawasan sikap dan perilaku konsumen.
3. Sebagai bahan referensi bagi pembaca tentang sikap dan perilaku konsumen.
4. Bagi pembaca dapat memberikan sumbangan informasi dan pengetahuan yang positif

G. Sistematika Penulisan

Maksud dari pada pembuatan sistematika penulisan ini adalah untuk memberikan gambaran yang ringkas dan jelas mengenai isi bab demi bab. Sistem penulisannya adalah sebagai berikut :

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjabarkan teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, kerangka pikir penelitian dan hipotesis sementara dari permasalahan yang diteliti.

Bab III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel yang diambil, jenis dan sumber data yang digunakan, metode analisis data dan definisi operasional variabel.

BAB IV : GAMBARAN UMUM RESPONDEN

Pada bab ini dikemukakan tentang karakteristik responden yang penulis lakukan dalam menyusun skripsi ini.

BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai pengolahan data, serta analisis, pembahasan setiap atribut dan mengetahui hasil sikap dan perilaku konsumen.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membuat kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan serta memberi sumbangan saran dan hasil penelitian yang diperoleh.