

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya kehidupan modern masyarakat kota saat ini membawa konsekuensi pada gaya hidup yang dijalani mereka. Gaya hidup masyarakat kota dapat dilihat dari aktifitas keseharian, interest, kebutuhan hidup, mode yang dipakai dan lain sebagainya, yang kesemuanya terlihat berubah dari kebiasaan sebelumnya.

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 berisotonik.

Dari sekian banyak jenis minuman ringan yang ada dipasaran, kebiasaan meminum minuman yang berisotonik 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 isotonik ini dapat memulihkan tenaga sehingga banyak masyarakat yang mengkonsumsi minuman berisotonik ini.

Adapun merek dari minuman tersebut sangat bermacam-macam, namun penulis tertarik untuk membahas minuman jenis isotonik yang bermerek *pocari sweat*, yang diproduksi oleh PT Amerta Indah Otsuka (AIO).

Produk minuman isotonik asal Jepang ini awalnya bisa dibilang gagal di pasar Indonesia sejak dipasarkan tahun 1990-an. Kinerja penjualannya tak kunjung berkembang walaupun potensinya amat besar. Akan tetapi dari tahun 2002-2003, penjualannya meningkat 50% dan berdasarkan data yang sudah masuk hingga september 2008 diperkirakan meningkat minimal 80%.

Sikap dan Perilaku konsumen terhadap produk ini akan berbeda-beda dan setiap individu akan menjatuhkan pilihannya atas dasar pertimbangan yang matang, seperti harga yang terjangkau, proporsi nilai yang ada dalam minuman tersebut, kemudahan mendapatkannya dan lain sebagainya.

Namun bagaimanakah sikap dan perilaku konsumen terhadap minuman merek *pocari sweat*, oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk mengetahui bagaimanakah sikap dan perilaku konsumen terhadap minuman ringan berisotonik merek *pocari sweat* ini.

Berdasarkan keadaan diatas, maka penulis terdorong untuk membahas dan mempelajari lebih dalam bagaimanakah sikap dan perilaku konsumen terhadap minuman merek *Pocari Sweat*, 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 Isotonik Pocari Sweat” (Studi Kasus Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Indonusa Esa Unggul).**

B. 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.

C. Pembatasan Masalah

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

1. Masalah yang dibahas adalah Analisis sikap dan perilaku konsumen terhadap produk minuman isotonik merek *Pocari Sweat* kemasan botol isi 350 ml.
2. penulis mengadakan penelitian kepada responden yaitu mahasiswa Universitas Indonusa Esa Unggul, bagaimana sikap dan perilaku konsumen terhadap minuman merek *Pocari Sweat*.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan pembatasan masalah penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka perumusannya adalah:

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap produk minuman isotonik *Pocari Sweat*?
2. Bagaimana perilaku konsumen terhadap produk minuman isotonik *Pocari Sweat*?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk minuman isotonik *Pocari Sweat*.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap minuman isotonik *Pocari Sweat*.

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.

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.