BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejarah rokok dimulai saat warga asli benua Amerika menghisap tembakau pipa atau mengunyah tembakau sejak 1000 sebelum masehi. Tradisi membakar tembakau kemudian dimulai untuk menunjukkan persahabatan dan persaudaraan saat beberapa suku yang berbeda berkumpul, serta sebagai ritual pengobatan. Kru Colombus membawa tembakau beserta tradisi mengunyah dan membakar lewat pipa ini ke peradaban di Inggris. Namun demikian seorang diplomat dan petualang Perancis lah yang justru paling berperan dalam menyebarkan popularitas rokok di seantero Eropa, orang ini adalah Jean Nicot darimana istilah nikotin (dari nicot) berasal.

Simbol rokok sebagai kejantanan lelaki makin menguat sejak iklan Marlboro man. Iklan ini juga menjadi simbol kebangkitan Philip Morris sebagai produsen rokok terbesar didunia dengan bendera Marlboro. Marlboro adalah merek rokok yang dibuat oleh Philip Morris USA (cabang Altria) dan oleh Philip Morris International (kini terpisah dengan Altria) di luar Amerika Serikat Hal ini terkenal karena iklan billboard dan iklan majalah dari Marlboro Man. Philip Morris dan perusahaan – perusahaan rokok lain memperhatikan dan masing – masing mulai memproduksi rokok filter. Marlboro baru dengan disaring diluncurkan pada tahun 1955.

Pada zaman sekarang ini produsen rokok berlomba – lomba dalam memproduksi produk rokok terutama rokok putih. Produsen rokok tersebut antara lain adalah Kansas, lucky strike, dunhill, country, dan Marlboro. Banyaknya jenis rokok yang beredar di pasaran membuat konsumen lebih selektif dalam memilih produk rokok yang sesuai dengan selera serta gaya hidup konsumen. Respon para konsumen sangat mempengaruhi perkembangan suatu produk, jika produk yang ditawarkan sesuai dengan selera dan keinginan konsumen maka bisa dipastikan konsumen akan memilih produk rokok tersebut. Oleh karena itu selaku produsen rokok harus bisa melakukan inovasi untuk bisa bersaing.

Dari latar belakang yang telah peneliti uraikan di atas, maka menjadi sangat menarik untuk diteliti lebih dalam, tentang faktor – faktor yang membuat konsumen mempertimbangkan dalam keputusan pembelian produk rokok Marlboro. Berdasarkan hal diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ Analisis faktor – faktor yang menentukan konsumen dalam keputusan pembelian rokok Marlboro “**.

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

- a. Banyaknya merek dan varian rokok seperti Marlboro, lucky Strike, A Mild, Djarum Black, dan lain – lain.
- b. Adanya persaingan yang kompetitif pada usaha yang sejenis.
- c. Beragam faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli rokok

2. Pembatasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini perlu dibatasi agar penulis dapat lebih terarah dan mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis hanya membatasi penelitian pada faktor – faktor dari 4P (product, price, place dan promotion) dan faktor pendukung (faktor pribadi, faktor psikologis, faktor sosial) mempengaruhi konsumen dalam membeli rokok Marlboro.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka masalahnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Faktor – faktor apa saja yang menentukan konsumen dalam keputusan pembelian produk rokok Marlboro?
2. Faktor apa yang paling dominan menentukan konsumen dalam keputusan pembelian produk rokok Marlboro?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Faktor – Faktor apa saja yang menentukan konsumen dalam membeli produk rokok Marlboro
2. Untuk mengetahui Faktor apa saja yang paling dominan menentukan konsumen dalam pembelian produk rokok Marlboro.

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis dapat mengetahui lebih jauh, tentang hal apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian produk rokok Marlboro.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca, dan juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi penelitian yang sejenis dimasa yang akan datang.

F. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memberikan penjelasan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan dengan menguraikan secara singkat isi dari setiap bab.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang kerangka teoritis yang digunakan sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian, model penelitian, dan perumusan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai rancangan penelitian, objek penelitian, definisi, operasional variable dan pengukurannya,

teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB IV KARAKTERISTIK RESPONDEN

Bab ini menguraikan tentang keadaan biofisik lokasi penelitian, keadaan social ekonomi dan hal – hal spesifik yang berkaitan dengan judul penelitian.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas seluruh proses penelitian dan hasilnya. Hasil pengolahan data akan dianalisa untuk mendapatkan hasil yang nantinya akan disimpulkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, kemudian berdasarkan kesimpulan tersebut akan dijadikan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.