

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Persaingan di dunia bisnis yang semakin pesat saat ini membuat suatu perusahaan terus berlomba-lomba di dalam menciptakan produk yang berkualitas ditengah perubahan teknologi yang semakin canggih, sehingga perusahaan harus lebih kreatif untuk menciptakan suatu produk yang dapat digunakan dan bermanfaat untuk keperluan sehari-hari tetapi juga harus memberikan kepuasan bagi masyarakat. Kebutuhan utama yang diperlukan masyarakat salah satunya yaitu sikat gigi yang berfungsi sebagai alat untuk membersihkan mulut terutama gigi dan gusi.

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Produk yang baik sangat mempengaruhi citra perusahaan yang dapat membuat konsumen untuk tetap loyalitas terhadap perusahaan. Perusahaan harus mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen untuk mempertahankan loyalitasnya dalam menggunakan produk yang diciptakan oleh perusahaan, sehingga dengan adanya loyalitas yang tinggi dari konsumen perusahaan akan terus berusaha memberikan kepuasan kepada konsumen seperti meningkatkan kualitas produk dan keunggulan yang ada pada produk tersebut.

Produk yang baik dan berkualitas akan menimbulkan berbagai macam persepsi bagi para konsumen terhadap produk tersebut. Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Oleh karena itu, persepsi memiliki sifat subjektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Persepsi konsumen tentang suatu produk yang unggul sangat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian. Perusahaan yang mampu menciptakan suatu produk yang unggul dapat membuat persepsi konsumen semakin baik memandang produk tersebut. Seseorang dapat

menggunakan persepsinya untuk melakukan suatu keputusan dalam menggunakan suatu produk.

Persepsi konsumen sangat mempengaruhi untuk menentukan produk yang akan digunakan dan menjadi pertimbangan penting ketika konsumen akan membeli suatu produk. Selain itu, persepsi juga merupakan salah satu faktor penting yang sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk dapat menciptakan, mengembangkan, atau menginovasi produk agar menjadi yang terdepan.

Konsumen merupakan faktor penting yang menjadi penentu di dalam keputusan pembelian. Perusahaan harus mampu mendorong konsumen untuk melakukan suatu pembelian. Keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah sikap ataupun tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Setiap perusahaan pasti melakukan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk dapat membeli produknya. Keputusan pembelian itupun dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis dari konsumen itu sendiri, sehingga perusahaan harus mampu membuat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Banyaknya produk sikat gigi yang beredar di pasar, dapat menimbulkan persaingan yang ketat dalam kategori produk ini, sehingga para produsen sikat gigi harus bersaing dalam memperoleh pangsa yang luas. Sikat gigi Formula merupakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan Orang Tua (OT), perusahaan ini tumbuh dan berkembang di Indonesia pertama kali di Kota Semarang pada tahun 1948, kemudian membuka cabang di Jakarta sebagai penghasil dan pembuat minuman kesehatan tradisional. Sikat gigi formula sangat membantu konsumen dalam menjaga kebersihan mulut, tetapi dengan cara dan waktu bersikat gigi yang benar. Konsumen juga harus pandai memilih sikat gigi yang tepat yaitu sikat gigi formula yang memiliki bulu sikat yang lembut dan tahan lama. Dalam memilih sikat gigi, konsumen harus menyesuaikan dengan usia dan karakteristik gigi masing-masing. Jika konsumen menderita gigi sensitif, dapat menggunakan sikat gigi berbulu halus yang dapat mencegah gusi menjadi berdarah.

Penelitian ini difokuskan pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. Penelitian dilakukan di jurusan ini

karena melihat berbagai faktor, salah satunya yaitu banyaknya mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis yang menggunakan sikat gigi formula, dimana hasil ini didapat dari pengambilan data awal sebelumnya. Hal ini secara tidak langsung berkaitan dengan produk sikat gigi formula yang menyediakan kebutuhan yang sangat pas bagi mahasiswa, seperti faktor harga, kualitas produk dan lain sebagainya sebagaimana yang telah disampaikan oleh mahasiswa dari pengambilan data awal sebelumnya. Produk sikat gigi formula memberikan banyak inspirasi bagi penulis, karena memiliki banyak varian dalam tampilannya serta daya tahan yang handal sehingga membuat banyak mahasiswa menggunakan produk sikat gigi tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sikat Gigi Formula (Studi Kasus pada Mahasiswa DIII Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi mahasiswa DIII Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya terhadap keputusan pembelian produk sikat gigi formula?
2. Dimensi persepsi manakah yang paling dominan yang menjadi pilihan Mahasiswa DIII Program studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan ini, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah agar dalam pembahasan permasalahan yang ada akan lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan. Untuk itu, penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu pada:

1. Persepsi mahasiswa Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya terhadap produk sikat gigi formula yaitu persepsi mengenai kinerja produk, kemampuan diperbaiki, daya tahan, keterandalan produk, fitur produk kesesuaian, dan kualitas yang dirasakan.
2. Dimensi Persepsi yang paling dominan terhadap keputusan pembelian produk sikat gigi formula.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa DIII Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Tahun 2015 terhadap produk sikat gigi formula
2. Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan dari ketujuh variabel dimensi persepsi yaitu Dimensi Kinerja Produk (X_1), Dimensi Kemampuan Diperbaiki (X_2), Dimensi Daya Tahan (X_3), Dimensi Keterandalan Produk (X_4), Dimensi Fitur Produk (X_5), Dimensi Kesesuaian (X_6), Dimensi Kualitas yang dirasakan (X_7).

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan khususnya pengetahuan di bidang perilaku konsumen tentang persepsi mahasiswa terhadap produk sikat gigi formula
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menjadi landasan atau bahan informasi bagi peneliti lain atau

pembaca yang akan melakukan penelitian yang sama dimasa yang akan datang.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian Laporan Akhir ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitian agar dalam pembahasan permasalahan akan lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan. Penulis melakukan penelitian mengenai persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk sikat gigi formula pada mahasiswa Program Studi DIII Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya tahun 2015 yang menggunakan sikat gigi formula.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan didalam penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Yusi dan Idris, 2009:103). Pengumpulan data dilakukan dengan cara membuat kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa DIII Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Tahun 2015.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Yusi dan Idris, 2009:103). Data sekunder yang penulis peroleh bersumber dari internet dan bahan bacaan ataupun studi literatur.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam Laporan Akhir ini adalah dengan menggunakan metode:

1. Riset Lapangan

Riset lapangan dilakukan untuk mengetahui jumlah mahasiswa DIII Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis yang menggunakan produk sikat gigi formula. Dari data yang diperoleh tersebut akan dijadikan populasi dan sampel didalam penelitian ini. Riset lapangan dilakukan dengan cara:

Kuesioner

Menurut Yusi dan Idris (2009:113), Kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer yang efisien dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara. Untuk mendapatkan informasi dan data, peneliti membuat dan menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada mahasiswa DIII Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Tahun 2015. Kuesioner diberikan kepada 67 mahasiswa DIII program studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden berupa pertanyaan tertutup, dan dari hasil kuesioner inilah akan dijadikan bahan sebagai pembahasan penulis.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Didalam riset kepustakaan ini, pengumpulan data yang dilakukan melalui buku-buku, internet dan jurnal mengenai informasi yang berkaitan dengan masalah-masalah yang sedang dibahas sebagai landasan teori dalam menganalisis masalah yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Riduwan dan Akdon (2013:237), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa DIII Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang menggunakan sikat gigi formula yang berjumlah 200 pengguna dari pengambilan data awal sebelumnya.

2. Sampel

Menurut Riduwan dan Akdon (2013:239), sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan rumus *Slovin*. Menurut Umar dalam Setiawan (2012:119), rumus *Slovin* adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e = taraf kesalahan (10%)

Berdasarkan rumus diatas, maka perhitungan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{200}{1 + 200(0,1)^2} = 67 \text{ Orang}$$

3. Teknik Sampling

Menurut Yusi dan Idris (2009:64), teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar-benar dapat mewakili populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan salah satu dari metode *probability sampling* yaitu *stratified random sampling*. Dengan metode ini, peluang untuk terpilih antara satu strata dengan yang lain mungkin sama, mungkin pula berbeda (Yusi dan Idris, 2009:65). Dari 67 orang sampel yang diperoleh, maka didapat rincian sebagai berikut:

Tabel 1.1
Komposisi Sampel Penelitian

No.	Uraian	Jumlah	Persentase
1.	- Semester II	13 Orang	19,4%
2.	- Semester IV	25 Orang	37,3%
3.	- Semester VI	29 Orang	43,3%
Jumlah		67 Orang	100%

1.5.5 Teknik Analisis Data

Analisis Data yang digunakan penulis dalam pembuatan Laporan Akhir ini adalah dengan menggunakan 2 metode, yaitu:

a. Teknik Analisis Kualitatif

Menurut Yusi dan Idris (2009:102) menjelaskan metode kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala

numerik. Namun karena dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar formulasi statistik dapat dipergunakan. Caranya adalah dengan mengklasifikasikannya dalam bentuk kategori.

b. Teknik Analisis Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik atau angka (Yusi dan Idris, 2009:102). Untuk mengolah data kuantitatif, penulis menggunakan perhitungan secara persentase yang digunakan untuk menghitung persentase jawaban kuesioner yang penulis bagikan kepada mahasiswa DIII Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Tahun 2015.

Perhitungan hasil kuesioner adalah dengan menggunakan rumus persentase. Menurut Riduwan dan Akdon dalam Twentinio (2010:41), rumus yang digunakan untuk persentase adalah sebagai berikut:

$$\text{Persentase Jawaban} = \frac{\text{Total skor yang didapat}}{\text{Skor maksimal}} \times 100\%$$

Keterangan:

Total skor yang didapat = Jawaban Responden x Bobot Nilai (1
Sampai 5)

Cara menghitung skor maksimal (skor ideal) adalah sebagai berikut:

Skor maksimal (skor ideal) = Sampel (Jumlah Responden) x 5
(skala nilai tertinggi)

Kriteria interpretasi skor:

Angka (0% - 20%)	= Sangat Lemah
Angka (20% - 40%)	= Lemah
Angka (40% - 60%)	= Cukup
Angka (60% - 80%)	= Kuat
Angka (80% - 100%)	= Sangat Kuat

c. Skala Likert

Pada analisis ini, penulis mengumpulkan data yang diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan pembobotan dengan skala *likert*. Menurut Riduwan dan Akdon (2013:16), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial, adapun skala *likert*, tingkat kebaikan responden terhadap suatu pertanyaan atau pernyataan dalam angket diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Netral (N) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1