

BAB I

PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

Pemasaran adalah salah satu cara mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social. Menurut Kotler & Amstrong (2008:6), pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Pemasar harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dan pasar dimana mereka akan beroperasi. Dalam konsep pemasaran, konsumen merupakan individu yang sangat kompleks, yang tunduk kepada berbagai macam kebutuhan fisik, psikologis, dan sosial. Untuk itu, bagi pemasar sangatlah penting mempelajari konsumen dan memahami perilaku sebagai strategi untuk mencapai kesuksesan. Studi perilaku konsumen mencakup bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan mereka (Kotler & Keller, 2009: 166). Hal ini mencakup apa yang mereka beli, mengapa mereka membeli, kapan mereka membeli, dimana mereka membeli, seberapa sering mereka membeli, dan seberapa sering mereka menggunakannya (Schiffman & Kanuk, 2004:8).

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan berkembang. Ini berarti konsumen berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai pendapat, sikap, dan selera yang berbeda beda. Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor pribadi memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen yang terdiri dari usia & tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian konsep diri. (Kotler & Amstrong, 2008)

Seiring dengan zaman yang terus berkembang, akan beriringan dengan gaya hidup yang berubah pula. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup memotret interaksi seseorang

secara utuh dengan lingkungannya (Kotler & Keller, 2009:175). Gaya hidup sehat kini menjadi kebutuhan dan gencar dilakukan oleh berbagai kalangan.

Untuk memperkuat pernyataan maka dilakukan pra survey. Pra survey ini dilakukan dengan 30 responden mahasiswa Unika Soegijapranata pada Februari, 2015. Pra survey dilakukan secara online dan didapatkan hasil, 100% responden mengetahui tentang gaya hidup sehat dan sebanyak 80% dari responden menerapkan gaya hidup sehat pada kehidupan mereka. 100% responden berpendapat bahwa gaya hidup sehat penting untuk dijalankan, dengan berbagai alasan seperti gaya hidup sehat penting untuk hidup yang lebih ideal, baik, nyaman dimasa depan; gaya hidup sehat penting dilakukan demi kesehatan dan demi terhindar dari segala macam penyakit. Lebih baik mencegah daripada mengobati; menerapkan gaya hidup sehat baik dilakukan sedari muda.

Hal hal yang dilakukan untuk mendukung gaya hidup sehat ini seperti memperhatikan pola tidur; memperhatikan pola makan sehari hari; menghindari produk yang berbahaya bagi kesehatan, meluangkan waktu untuk olahraga dan menjaga kualitas makanan dan minuman yang dikonsumsi. Mereka juga berpendapat bahwa untuk mendukung gaya hidup sehat bisa dengan selalu berfikir positif dan minum air putih. Responden mengetahui informasi tentang gaya hidup sehat melalui keluarga, teman, buku/ majalah dan media sosial.

Dalam menunjang gaya hidup sehat, kebutuhan akan konsumsi sayur sayuran dan buah buahan sangat dibutuhkan. Bagi orang orang yang menerapkan gaya hidup sehat tapi tidak menyukai sayuran dalam bentuk olahan makanan, inovasi diperlukan. *Green smoothies* adalah salah satu solusi dan bentuk dari inovasi/ pengembangan produk. *Green smoothies* merupakan *smoothies*/jus yang terdiri dari berbagai jenis sayur & buah. Produk *green smoothies* ini merupakan pengembangan produk dari *smoothies*/jus yang biasanya hanya terbuat dari buah buahan namun dikembangkan dengan menambahkan berbagai macam sayuran dan untuk meningkatkan kualitas digunakanlah produk organik. Manfaat dari *green smoothies* ini berupa meningkatkan energi, menurunkan berat badan, meningkatkan kekebalan tubuh, sebagai antioksidan dan juga makanan cepat saji.

Dari hasil pra survey didapatkan bahwa, 50 % responden sebelumnya telah mengetahui tentang produk *Green smoothies*. Sebanyak 80% responden belum pernah mengonsumsi produk *Green smoothies*. Dan, sebanyak 100% responden berpendapat bahwa produk *Green smoothies* ini memang cocok diterapkan bagi orang yang menerapkan gaya hidup sehat. Produk *Green Smoothies* ini menawarkan kemudahan dalam mengonsumsi sayur sayuran dengan cara baru dan memberikan manfaat yang baik untuk kesehatan.

Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat konsumen melakukan pembelian (Assael, 1995:93). Atribut produk adalah unsur unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. (Tjiptono, 2008:103). Individu dalam membeli produk selalu menginginkan untuk mendapatkan produk yang baik dan berkualitas dan sesuai dengan harga yang ditawarkan. Menurut Hawkins, Best & Coney (2004:21), harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan hak untuk menggunakan produk. Seseorang yang telah melihat dan mendengar tentu mempunyai sikap dan keyakinan terhadap produk sebelum memutuskan untuk membeli produk.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin mendalami lebih jauh apakah terdapat pengaruh dari gaya hidup, atribut produk, dan harga terhadap minat beli produk *green smoothies* dengan studi pada mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata di Semarang. Responden yang dipilih adalah mahasiswa karena merupakan salah satu konsumen potensial. Disamping itu mahasiswa mempunyai landasan pengetahuan dan pendidikan yang kuat untuk mengomentari sesuatu.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memilih judul penelitian yaitu: “Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Atribut Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada Produk *Green Smoothies* (Studi pada Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata di Semarang)”.

b. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah gaya hidup mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli produk *green smoothies*?
- b. Apakah atribut produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli produk *green smoothies*?
- c. Apakah harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli produk *green smoothies*?
- d. Apakah gaya hidup, atribut produk, dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli produk *green smoothies*?

c. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian (sesuai rumusan masalah) ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui tentang pengaruh gaya hidup terhadap minat beli produk *green smoothies*.
- b. Mengetahui tentang pengaruh atribut produk terhadap minat beli produk *green smoothies*.
- c. Mengetahui tentang pengaruh harga terhadap minat beli produk *green smoothies*.

d. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak:

- a. Bagi penulis.
Hasil penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan baru bagi penulis tentang pengaruh minat beli terhadap produk *green smoothies* yang ditinjau dari gaya hidup.

b. Bagi calon wirausahawan.

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan bahan masukan yang dapat berguna bagi calon wirausahawan yang akan membuka bisnis produk *green smoothies*.

c. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi acuan atau referensi bagi peneliti baru yang nantinya akan menindak lanjuti penelitian ini.

