

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pola hidup masyarakat yang menyadari pentingnya kesehatan yang menyebabkan produk pangan fungsional seperti yoghurt diminati di masyarakat khususnya kalangan remaja sampai anak-anak. Masyarakat mulai untuk memperbaiki kualitas hidup dengan gaya hidup sehat (Listiyani, 2016). Yoghurt adalah minuman yang terbentuk dari fermentasi susu. Yoghurt adalah produk pangan yang berasal dari susu yang difermentasi menggunakan bakteri tertentu. Biasanya digunakan bakteri *Lactobacillus bulgaricus* dan *Streptococcus thermophilus*. Bakteri inilah yang akan memfermentasi laktosa (gula susu) menjadi asam laktat, sehingga dihasilkan rasa yoghurt yang khas, cita rasanya asam dan teksturnya mengental karena koagulasi protein susu oleh asam (Taufik, 2009). Yoghurt baik dikonsumsi karena memiliki kelebihan sebagai berikut: 1) Mudah dicerna; 2) Baik untuk kesehatan usus; 3) Membantu proses penyerapan nutrisi; 4) Meningkatkan kekebalan tubuh; 5) Membantu penyembuhan infeksi saluran cerna; 6) Menurunkan infeksi jamur; 7) Kaya akan kalsium; 8) Sumber protein; 9) Menurunkan kadar kolesterol; 10) Makanan penolong (Yuguchi *et.al.*, 1992). Yoghurt Cimory adalah salah satu produsen yoghurt yang ada di Indonesia. Yoghurt Cimory juga memiliki konsistensi yang baik dalam menjalankan usahanya. Terbukti dari persaingan pasar untuk produk yoghurt sudah semakin bersaing, tetapi Cimory tetap eksis dikalangan masyarakat karena Yoghurt

Cimory sudah mulai memproduksi dan memasarkan produknya dari tahun 2006 sedangkan yoghurt merk lain yang ada dipasaran mulai menjual produknya di Tahun 2010.

Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen membeli suatu produk atau suatu barang yang disediakan oleh sebuah toko (Buchari, 2004). Konsumen lebih banyak yang memilih berbelanja ditempat perbelanjaan yang dapat memenuhi harapan dan kepuasan dalam berbelanja. Beberapa komponen dari keputusan pembelian, yaitu keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merek, penjualan, jumlah produk, waktu pembelian dan cara pembayaran. Proses pengambilan keputusan yang spesifik terdiri dari, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternatif (alternatif merk lain), keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Keller, 2008). Pengambilan keputusan konsumen dalam membeli suatu barang selalu melibatkan aktivitas secara fisik dan aktivitas secara mental. Aktivitas secara fisik seperti kegiatan langsung konsumen melalui tahapan-tahapan proses pengambilan keputusan pembelian. Aktivitas secara mental yaitu konsumen menilai produk sesuai dengan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh masing-masing individu (Setiadi, 2003).

Kota Semarang termasuk kota terbesar ke 6 di Indonesia. Berdasarkan populasi penduduknya, Semarang menduduki peringkat keenam sebagai kota terbesar di Indonesia jika dilihat dari populasi penduduknya setelah DKI Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, dan Makassar dengan jumlah penduduk 1.595.187 jiwa dengan luas wilayah 373,70 Km² (BPS Provinsi Jawa Tengah, 2015). Faktor-

faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terdiri dari dua. Faktor pertama adalah sikap orang lain, sikap orang lain tersebut dapat mempengaruhi tentang apa yang seharusnya kita beli seperti, merek produk. Faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan, dimana konsumen mungkin membentuk niat pembelian berdasarkan faktor hal – hal tak terduga yang bisa mengubah niat pembelian seperti pendapatan, harga, dan manfaat produk yang diharapkan (Kotler dan Amstrong, 2008). Faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian yoghurt cimory adalah, harga, kemasan, waktu pembelian, umur, jenis kelamin serta pendapatan.

1.2. Rumusan Masalah

Ada berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan saat melakukan pembelian suatu produk, diantaranya adalah harga, kemasan, kualitas produk, citra produk dan perilaku konsumen, oleh karena itu dilakukan analisis untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Berkaitan dengan hal tersebut, permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen produk yoghurt merk Cimory di swalayan Kota Semarang.
2. Apa saja faktor yang secara signifikan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen produk yoghurt merk Cimory di swalayan Kota Semarang.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis faktor – faktor yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian produk Yoghurt Cimory di Kota Semarang. Manfaat penelitian ini adalah memberikan informasi tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian