

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan sosial ekonomi yang terus terjadi dalam proses perkembangan suatu negara membuahakan tantangan baru dalam dunia bisnis. Untuk itu dibutuhkan analisis perilaku konsumen untuk mengetahui sejauh mana tingkat kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen terhadap pemilihan suatu produk. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan dimasa mendatang.

Berhasil atau tidaknya suatu usaha dalam menjual barang atau jasa tergantung dari usaha yang sungguh-sungguh dalam pemasaran. Kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen dapat tercapai dengan adanya kegiatan pemasaran. Untuk itu kemampuan merumuskan dan menyusun program-program pemasaran yang tepat merupakan salah satu masalah utama dalam menciptakan proses pertukaran antara produsen dan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya reaksi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan dengan tingkat kepuasan yang berkaitan dengan pelayanan tersebut sangat relevan dan dibutuhkan oleh perusahaan yang berorientasi pada konsumen.

Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan membeli konsumen secara amat rinci untuk menjawab pertanyaan mengenai apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka membeli, serta mengapa mereka membeli. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk mempelajari bagaimana perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Dalam kehidupan manusia sehari-hari pola hidup sehat sangatlah dibutuhkan. Banyak konsumen yang secara praktis mengkonsumsi minuman sari buah untuk keperluan menjaga kesehatan, salah satunya adalah dengan mengkonsumsi minuman sari buah Minute maid pulpy orange.

Sejalan dengan perkembangan jumlah penduduk di Indonesia, khususnya penduduk kota Medan diikuti juga oleh perkembangan industri minuman ringan yang semakin kompetitif. Otomatis perkembangan tersebut menciptakan permintaan atas produk minuman ringan juga meningkat, hal ini terlihat dari hampir semua segmen masyarakat tak lolos dari sasaran produk-produk minuman terkini, dari kalangan muda, kalangan tua, kalangan petualang, profesional baik kelas ekonomi tingkat atas maupun bawah, laki-laki maupun perempuan juga menjadi sasaran minuman tersebut.

Dengan melihat perkembangan jumlah penduduk dan perkembangan industri minuman ringan, maka diketahui bahwa peningkatan kebutuhan minuman ringan men jadi peluang bisnis tersendiri bagi industri minuman. Minat masyarakat ingin membeli produk dengan aneka ragam cita rasa, desain kemasan dan tingkat harga yang kompetitif merupakan potensi yang perlu