

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan yang tinggi antar perusahaan menuntut perusahaan-perusahaan melakukan inovasi terhadap produknya. Tingginya tingkat persaingan menuntut perusahaan mencari strategi pemasaran yang tepat agar produk tersebut diminati masyarakat. Konsumen merupakan salah satu faktor penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus membuat produk terbaik yang memenuhi selera konsumen yang selalu berubah. Penjualan suatu produk dipengaruhi seberapa banyak keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Semakin banyak keputusan pembelian produk oleh konsumen, maka semakin meningkatkan penjualan produk dan menguntungkan perusahaan. Keputusan pembelian produk oleh konsumen sering dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung seperti perubahan gaya hidup dan selera masyarakat, adanya kebutuhan keinginan, harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen dan lainnya.

Berbagai fenomena yang menarik muncul mengenai perubahan gaya hidup pria Indonesia, seperti peningkatan gaya hidup pria dalam menjaga penampilan fisik agar selalu menarik. Rambut merupakan salah satu anggota tubuh yang paling sering ditampilkan dalam menjaga penampilan fisik pria. Dalam menjaga penampilan rambut, pria banyak melakukan perawatan seperti *creambath* dan menata rambut menggunakan krim rambut. Jenis krim rambut yang beredar di Indonesia terdiri dari *wax*, *gel*, *cream* dan *pomade* (www.cnnindonesia.com).

Krim rambut buatan lokal seperti Gatsby, Clear, Brisk, Tancho, Serdadu dan Apache

Pomade dan merek impor seperti Murrays, Suavecito, Schmiere, Uppercut Deluxe, Imperial, banyak beredar di kalangan konsumen pria Indonesia. Banyaknya merek krim rambut yang beredar akan meningkatkan persaingan antar perusahaan dalam merebut pangsa pasar. Konsumen lebih leluasa memilih produk krim rambut yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya.

Harga suatu produk mempengaruhi tingkat permintaan konsumen (Kotler, 2007). Harga merupakan nilai yang ditukarkan pelanggan atas manfaat memiliki dan menggunakan produk atau jasa. Harga yang ditetapkan perusahaan ke pelanggan harus sesuai dengan nilai manfaat yang diberikan ke pelanggan. Konsumen dalam memilih produk dan melakukan pembelian mempertimbangkan harga yang ditawarkan perusahaan pada produknya.

Krim rambut Gatsby adalah salah satu dari merek krim rambut yang beredar di Indonesia. Krim rambut Gatsby merupakan pemimpin pasar produk tata rambut pria sejak tahun 1980 hingga saat ini (*Republika.co.id*). Peningkatan jumlah merek krim rambut menyebabkan persaingan antar produsen semakin ketat. Setiap produsen berusaha memberi nilai tambah pada produknya dan harga yang bersaing agar konsumen membeli produk mereka.

Melalui pengamatan langsung, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area banyak yang menata rambutnya menggunakan krim rambut Gatsby. Dari berbagai alternatif merek, hal apa saja yang mendorong mahasiswa tersebut menggunakan krim penata rambut Gatsby. Pembelian yang dilakukan mahasiswa tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor perubahan gaya hidup, harga dan faktor-faktor pendukung lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Krim Rambut Gatsby pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas**

Medan Area Medan”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Krim Rambut Gatsby pada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Krim Rambut Gatsby pada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan?
3. Apakah gaya hidup dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Krim Rambut Gatsby pada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Krim Rambut Gatsby pada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Krim Rambut Gatsby pada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.

3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian Krim Rambut Gatsby pada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan suatu manfaat, baik langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna kepada pihak PT Mandom dalam merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mahasiswa.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan mengaplikasikan ilmu akademis di dunia kerja.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Menambah dan melengkapi bahan referensi dan literatur bagi mahasiswa lainnya di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.