

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Saat ini deterjen merupakan salah satu produk yang menjadi kebutuhan dari setiap rumah tangga, dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu permintaan akan produk deterjen terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Seiring dengan pertumbuhan permintaan terhadap deterjen yang semakin tinggi, maka telah bermunculan berbagai macam produk deterjen di pasaran. Salah satu produk yang sudah lama ada di pasaran adalah deterjen merek Rinso. Namun pada belakangan ini sudah banyak muncul berbagai jenis produk deterjen yang menawarkan variasi produk. Seperti Rinso, Daia, Total, boom, dan lain-lain.

Perkembangan produk deterjen yang semakin meningkat ini menyebabkan banyaknya pilihan deterjen yang bisa dibeli oleh konsumen. Mulai dari pilihan harga, kualitas, tipe atau jenis, desain, fitur, sampai pada harga dan kualitas yang ditawarkan oleh produsen. Dan juga para konsumen lebih mudah dalam mendapatkan produk deterjen, karena produk deterjen sudah banyak dijual di warung-warung atau pasar.

Agar dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat ini, maka perusahaan haruslah dapat mencapai tujuan tersebut, maka setiap perusahaan tersebut harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan produk yang diinginkan konsumen dengan kualitas yang pantas. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen khususnya ibu-ibu rumah tangga, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

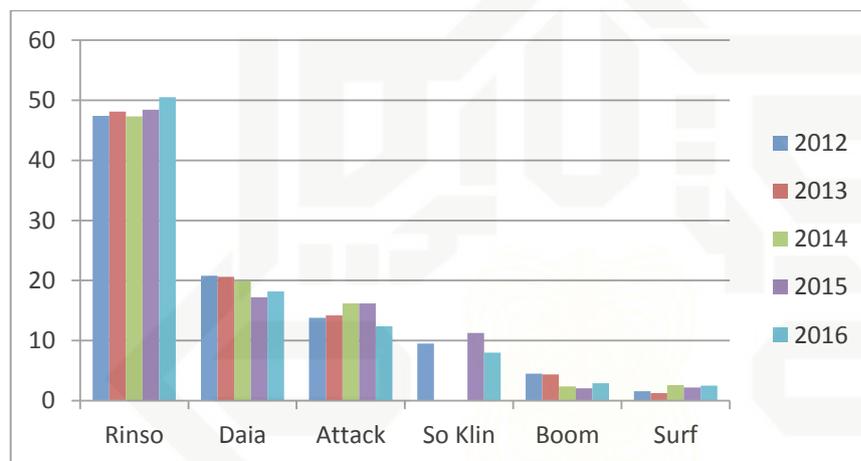
yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumennya. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya serta tidak kalah pentingnya adalah memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya.

Menurut Kotler (2008:28) pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Sikap merupakan peranan untuk didalam pembentukan perilaku pembelian konsumen terhadap suatu produk, maka dari itu dengan mengetahui dan memahami kepercayaan dan Sikap Konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan sangat penting bagi perusahaan atau pemasar dalam menyusun strategi pemasaran. Tindakan-tindakan pemasar seharusnya didasarkan atas kepercayaan dan sikap yang ada pada konsumen. Jika pemasar mengetahui bahwa konsumen bersikap positif terhadap merek produknya, maka secara umum tindakan yang harus dilakukan oleh pemasar adalah menguatkan sikap itu (*reinforcement*) dengan upaya program pemasaran, misalnya dengan menggunakan iklan sebagai cara untuk menguatkan sikap. Sebaiknya, jika konsumen mempunyai sikap negatif atas merek produk yang ditawarkan, maka secara umum pemasar harus bisa mengubah sikap konsumen dalam program pemasarannya.

produsen perlu memperhatikan atribut produknya yang merupakan unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk meliputi merek, kemasan, label, layanan pelengkap, jaminan (garansi) Fandy Tjiptono (2008: 113).

Tabel 1.1 : Top Brand Index (TBI) Deterjen Bubuk pada Tahun 2012-2016



Sumber : TOP Brand Indonesia, 2017

Dari fenomena diatas dapat dilihat bahwa posisi Deterjen Rinso selalu berada didalam peringkat pertama sehingga mampu menjadi TOP Brand disetiap tahunnya yang selalu mengalami peningkatan. Hal ini membuat deterjen rinso menjadi deterjen nomor satu dikalangan konsumen terutama pada ibu rumah tangga yang tidak bisa lepas dengan deterjen bubuk. Sehingga Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui atribut produk yang dicari oleh pengguna deterjen bubuk Rinso, sehingga perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen khususnya dalam produk sabun deterjen bubuk.

Suatu produk yang ditawarkan ke konsumen oleh perusahaan akan bertahan di pasaran jika atribut dari produk tersebut diterima, atribut produk

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli, manfaat dari sebuah produk ini dikomunikasikan oleh atribut produk yang meliputi dari merek, kemasan, label, layanan pelengkap, jaminan (garansi), atribut produk diberikan kepada konsumen bertujuan untuk menarik pembeli dan jika atribut ini diterima maka konsumen diharapkan akan merasa puas terhadap produk tersebut yang akhirnya menghantarkan konsumen menjadi loyal terhadap produk tersebut yang mana dalam penelitian ini peneliti hanya akan membahas tentang merek, kemasan dan lebel pada Deterjen Rinso.

Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2009:152) menyatakan bahwa atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diterapkan oleh pembeli.

Sikap Komsumen dalam menentukan keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan untuk menetapkan kebutuhan akan barang dan jasa yang perlu dibeli serta mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih diantara alternatif merek. Konsumen cenderung membeli produk yang disukainya dari segi merek yang paling disukainya. Dan tugas dari produsen adalah memenuhi keinginan konsumen guna menarik konsumen untuk membeli produk mereka untuk mencapai tujuan organisasi.

Kecamatan Tandun merupakan kecamatan yang ada di Kabupaten Rokan Hulu. Pada kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu ini terdapat sekitar 4975 KK. Seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.2 : Jumlah Penduduk per Desa di Kecamatan Tandun Tahun 2012-2016

No	Desa	Jumlah KK
1	Puo Raya	127
2	Kumain	621
3	Tandun	895
4	Sungai Kuning	345
5	Koto Tandun	543
6	Dayo	564
7	Bono Tapung	588
8	Tapung Jaya	850
9	Tandun Barat	442
Jumlah		4975

Sumber : Kantor Camat Tandun 2016

Banyaknya jumlah KK yang ada pada Kecamatan ini, menjadikan Kecamatan ini merupakan salah satu pangsa pasar yang potensial untuk produk Deterjen Rinso dengan pengguna yang cukup banyak. Dengan begitu Kecamatan Tandun yang merupakan salah satu kecamatan yang ada di kabupaten Rokan Hulu yang dari beberapa ibu rumah tangganya menggunakan Deterjen Rinso untuk kebutuhan sehari – harinya. Ibu rumah tangga tersebut membeli Deterjen Rinso dengan melihat Merek, Kemasan dan Label pada produk tersebut.

Setelah melakukan pengamatan langsung dengan mensurvey sebanyak 30 konsumen yang menggunakan deterjen bubuk pada Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu. Adapun hasil Pra Survey yang menggunakan deterjen bubuk terutama Rinso adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3 : Hasil Pra Survey Pemakai Deterjen Bubuk Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu

No	Nama Desa	Kategori Deterjen Bubuk						Jumlah	Persentase (%)
		Rinso	Daia	Attack	So Klin	Boom	Surf		
1	Puo Raya		1		1			2	6,7
2	Kumai n	2		1	1			4	13,3
3	Tandun	2	1				1	4	13,3
4	Sungai Kuning	1		1				2	6,7
5	Koto Tandun	2			1			3	10
6	Dayo	1		1			1	3	10
7	Bono Tapung	2						2	6,7
8	Tapung Jaya	4			1	1		6	20
9	Tandn Barat	2			1		1	4	13,3
Jumlah								30	100

Sumber : Hasil Data Wawancara, 2017

Dapat dilihat dari tabel 1 hasil pra survey pemakai beberapa merek deterjen bubuk yang berbeda bahwasannya Rinsolah deterjen bubuk yang paling unggul dari deterjen merek lainnya dengan jumlah persentase Rinso sendiri adalah 53,3%. Artinya hampir setengah dari Ibu rumah tangga Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu menggunakan Deterjen Merek Rinso. Sedangkan deterjen merek lain hanya memiliki persentase sebesar 46,7%.

Didalam penelitian ini dapat dilihat pada hasil wawancara tersebut bahwa peneliti tidak meneliti tentang konsumen yang tidak menggunakan Deterjen Rinso dikarenakan mereka memiliki keterlibatan yang rendah dalam pembelian Deterjen Rinso. Tidak memiliki produk tertentu pada produk yang dibelinya. Sehingga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak memiliki kepercayaan pada produk Deterjen Rinso itu sendiri yang membuat Deterjen Rinso tidak mampu menjadi alat identifikasi diri, dan tidak mempunyai ikatan dan keterlibatan emosional pada produk deterjen Rinso. Oleh karena itu motivasi dan persepsi pada diri konsumen tentang Deterjen Rinso sangat lemah sehingga sebagian ibu rumah tangga menggunakan deterjen merek lain.

Melihat fenomena tersebut penelitian tertarik untuk meneliti Sikap Konsumen terhadap Deterjen Rinso dengan judul: “Pengaruh Merek, Kemasan, dan Label Deterjen Rinso Terhadap Sikap Konsumen Dalam Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Merek Deterjen Rinso berpengaruh signifikan terhadap Sikap Konsumen dalam keputusan pembelian pada ibu rumah tangga Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu?
2. Apakah Kemasan Deterjen Rinso berpengaruh signifikan terhadap Sikap Konsumen dalam keputusan pembelian pada ibu rumah tangga Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu?
3. Apakah Label Deterjen Rinso berpengaruh signifikan terhadap Sikap Konsumen dalam keputusan pembelian pada ibu rumah tangga Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu?

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Apakah Merek, Kemasan dan Label Deterjen Rinso berpengaruh secara simultan terhadap Sikap Konsumen dalam keputusan pembelian pada ibu rumah tangga Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah Merek Deterjen Rinso berpengaruh signifikan terhadap Sikap Konsumen dalam keputusan pembelian pada ibu rumah tangga Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu.
2. Untuk mengetahui apakah Kemasan Deterjen Rinso berpengaruh signifikan terhadap Sikap Konsumen dalam keputusan pembelian pada ibu rumah tangga Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu.
3. Untuk mengetahui apakah Label Deterjen Rinso berpengaruh signifikan terhadap Sikap Konsumen dalam keputusan pembelian pada ibu rumah tangga Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu.
4. Untuk mengetahui apakah Merek, Kemasan dan Label Deterjen Rinso berpengaruh secara simultan terhadap Sikap Konsumen dalam keputusan pembelian pada ibu rumah tangga Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin di peroleh atas penelitian ini adalah:

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan gambaran baru bagi perusahaan terhadap sikap sensitivitas konsumen terhadap suatu merek sehingga dapat dipergunakan sebagai suatu pertimbangan dalam mengambil keputusan pada masa sekarang maupun masa yang akan datang.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat memberikan tambahan perbendaharaan pustaka terutama mengenai pentingnya strategi pemasaran sebagai dasar untuk memenangkan persaingan.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini sangat membantu untuk menambah pengetahuan dan pengalaman, selain memperdalam ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah. Sekaligus sebagai bahan informasi bagi penelitian-penelitian berikutnya yang akan mengembangkan tentang analisis sikap konsumen terhadap atribut produk deterjen pada ibu rumah tangga.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan Proposal Penelitian ini, untuk mempermudah penguraian isinya diperlukan sistematika penulisan. Penulisan proposal penelitian ini dibagi beberapa bab. Masing-masing bab membahas permasalahan untuk memperoleh gambaran yang jelas dari seluruh proposal penelitian. Adapun pembagian masing-masing bab secara terperinci adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bab I : Pendahuluan

Menguraikan tentang latar belakang, masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Telaah Pustaka

Terdiri dari landasan teori yang menguraikan teori-teori manajemen pemasaran, strategi pemasaran dan perilaku konsumen yang digunakan sebagai tinjauan/landasan dalam menganalisis batasan masalah yang telah dikemukakan kemudian kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III : Metode Penelitian

Menguraikan tentang waktu dan wilayah penelitian, metode penelitian, variabel-variabel, operasional variabel, populasi sampel, data dan sumber data serta teknik analisis data.

Bab IV : Gambaran Umum Objek Penelitian

Menguraikan tentang gambaran perusahaan yang menjadi objek penelitian, dijelaskan pula sejarah singkat perusahaan, visi dan misi serta struktur organisasi perusahaan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bab V : Analisis Dan Pembahasan

Membahas analisis dalam penelitian serta berisi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam perumusan masalah.

Bab VI : Penutup

Merupakan penutup dari penulisan yang terdiri dari kesimpulan atau hasil analisis dan saran yang dianggap berguna.

