

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi masyarakat sebagai konsumen berbagai jenis produk dewasa ini semakin menunjukkan kemajuan. Hal ini tentunya terjadi seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat, maka kebutuhan masyarakat juga terasa kian beragam. Saat ini konsumen dalam menentukan keputusan pada saat membeli sebuah produk tidak saja di pengaruhi oleh adanya kebutuhan akan produk tersebut tetapi juga di pengaruhi oleh beberapa faktor lainnya seperti untuk memenuhi *prestise* seseorang, ingin mendapatkan kepuasan dan lain sebagainya. Akibat adanya faktor faktor tersebut tentunya perilaku konsumen terhadap suatu produk juga beragam.

Selain satu produk yang saat ini di minati oleh masyarakat adalah kawat gigi (*behel*). Dulu, mengenakan kawat gigi aneh dan kuno. Banyak cerita mengenai alat bantu *orthodontic* ini, mulai rasa tidak nyaman hingga takut di olok- olok teman. Karena itu kawat gigi yang juga di kenal dengan istilah *bracket* ini merupakan benda yang sebisa mungkin di hindari oleh orang – orang dengan susunan gigi yang kurang rapi. Namun saat gigi (yang nama kerennya *behel*) mulai menjadi *trend* di indonesia yaitu sekitar pada awal tahun 2000, sudah semakin banyak remaja dan orang dewasa menggunakan *behel*.

Kawat gigi ini merupakan jenis *orthodontic appliances* (alat ortho) yang di gunakan untuk memperbaiki letak gigi yang tidak beraturan. Juga untuk menyesuaikan rahang atas dan bawah, selain itu benda ini dapat memperbaiki fungsi bicara, bentuk muka, dan sudut bibir. Jenis kawat gigi pun beragam, ada yang lepas pasang, serta ada pula yang permanen. Jenis modelnya pun bermacam – macam, mulai dari *bracket* yang tidak terlihat, polos dan yang sampai berwarna – warni. Bahkan pengguna dapat mengganti warna kawat kapanpun mereka mau. Meskipun demikian, pemasangan alat bantu gigi ini juga sedikit mahal, sekarang tidak jarang sebagian orang mengidentikkan kawat gigi sebagai status sosial.

Meskipun orientasi kawat gigi untuk kesehatan, rupanya saat ini gaya hidup telah membawanya sebagai penunjang penampilan. Banyak orang yang memiliki gigi rapi, namun masih memasang kawat gigi. Saat ini kawat gigi sudah menjadi *icon mode*, penggunaanya banyak di minati oleh kaum remaja, bukan hanya untuk kalangan perempuan tapi juga kaum laki – laki. Maraknya *trend* penggunaan kawat gigi dan di tambah oleh ketidaktahuan masyarakat awam membuat banyak orang “ berani “ mempertaruhkan *asset* tubuh yang tak tergantikan ini dengan mempercayakan pemasangan kawat gigi pada sembarang orang. *Trend* pemakaian kawat gigi yang di kaitkan juga dengan gaya hidup dan *fashion* membuat banyak orang nekat memakai walau sebenarnya tidak

memerlukannya. Lebih parahnya lagi, sebagian di antara mereka malah nekat memasang di tempat yang murah yang penting asal gaya.

Menurut **(Kotler, dkk 2004:200)** karakteristik dan proses memutuskan dari pembeli itu menimbulkan keputusan pembelian tertentu. pemasar adalah memahami yang terjadi di dalam kesadaran pembelian antara kehadiran stimuli dari luar dan keputusan pembelian. Perilaku pembelian seseorang konsumen di pengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis memberikan pengaruh yang paling luas dan dalam.

Karena berkembangnya *trend* kawat gigi (*behel*) ini banyak badan usaha pemasangan kawat gigi (*behel*) bermunculan. Maka dalam rangka menunjang keberhasilan kegiatan pemasaran atau banyaknya konsumen yang berkunjung ke usaha pemasangan kawat gigi tersebut, setiap pengelolah perlu memperhatikan beberapa faktor yang dapat mendorong konsumen untuk memasang kawat gigi (*behel*) yang di tawarkan, dan selanjutnya dapat di terapkan strategi pemasaran yang tepat serta mampu menarik konsumen untuk berkunjung. Demikian pula halnya dengan strategi pemasaran yang lain juga perlu di tunjang dengan strategi harga, dan promosi, memberikan pelayanan yang baik bagi setiap langganan atau konsumen. Semua ini perlu di perhatikan karena ketatnya persaingan bisnis pada saat ini menyebabkan setiap perusahaan berusaha melakukan berbagai strategi dan kebijaksanaan untuk dapat pula dengan menarik konsumen sebanyak – banyaknya.

Seperti halnya dengan beberapa usaha pemasangan kawat gigi (*behel*) yang terdapat di Pekanbaru, penulis meneliti satu jenis pemasangan kawat gigi (*behel*) yang ada di Pekanbaru yaitu pada Klinik Kesiana, yang berlokasi di Jalan Hasanuddin No. 95, Klinik ini cukup di ketahui oleh masyarakat karena kecenderungan banyaknya konsumen yang memasang kawat gigi (*behel*) di tempat tersebut.

Klinik yang memiliki gedung 4 lantai dengan gaya minimalis ini merupakan klinik yang pertama fasilitas pelayanan kesehatan spesifik terbanyak khususnya gigi dan juga terdapat fasilitas pelayanan Kecantikan, Poliklinik Umum, Apotek dan Spesialis *Infertility*/Kesuburan dan Kemandulan. Terdapat 10 dokter gigi yang berpraktek di Klinik Kesiana dan Drg. Helen adalah sebagai dokter pengawas/penanggung jawab. Pada klinik ini terdapat 7 unit kursi untuk pasien gigi. Klinik ini adalah satu – satunya Klinik yang membuka preteknya pukul 08.30 – 21.00 WIB setiap harinya kecuali hari minggu.

Adapun kalangan konsumen yang berkunjung untuk memasang kawat gigi tersebut terdiri dari kaum pria dan wanita yang rata – ratanya masih remaja. Sedangkan bahan baku yang di gunakan untuk kawat gigi kurang lebih dua tahun tergantung dengan kondisi gigi pasien. Dengan konsultasi sekali sebulan, pada klinik kesiana ini biaya konsultasi per bulan yakni Rp. 50.000 dan biaya pemasangan kawat gigi (*behel*) berkisar antara Rp. 5.000.000 sampai dengan Rp. 8.000.000.

Untuk mengetahui lebih jelasnya jumlah pasien yang melakukan pemasangan kawat gigi (*behel*) pada “ Klinik Kesiana “ selama tahun 2009 hingga tahun 2013 dapat di lihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1 : Jumlah Pasien Yang Memasang Kawat Gigi (Behel) Pada Klinik Kesiana “ dari Tahun 2009 Hingga Tahun 2013.

No	Tahun	Target pasien yang memasang behel	Realisasi pasien yang memasang behel	presentase %
1	2009	900	845	94 %
2	2010	850	715	84 %
3	2011	750	609	81 %
4	2012	660	500	76 %
5	2013	565	402	71 %
	Jumlah	3.725	3.071	

Sumber : “ Klinik Kesiana di Pekanbaru”

Berdasarkan tabel 1.1 dapat di lihat bahwa untuk target pasien yang memasang kawat gigi (*behel*) pada Klinik Kesiana di pekanbaru Pada tahun 2009 berjumlah 900 pasien, yang terealisasi 845 pasien dengan presentase 94 %,pada tahun 2010 target pasien yang memasang kawat gigi (*behel*) berjumlah 850 pasien, yang terealisasi 715 pasien dengan presentase 84 %, pada tahun 2011 target pasien yang memasang kawat gigi (*behel*) berjumlah 750 pasien, yang terealisasi 609 pasien dengan presentase 81 %, pada tahun 2012 target pasien yang memasang kawat gigi (*behel*) berjumlah 660 pasien yang terealisasi 500 pasien dengan presentase 76 %, pada tahun 2013 target pasien yang memasang kawat gigi (*behel*) berjumlah 565 pasien yang terealisasi 402 dengan presentase 71 %.

Dapat di tarik kesimpulan dari tabel I.I bahwa target dan realisasi pasien dalam pemasangan kawat gigi (*behel*) pada Klinik Kesiana di

Pekanbaru setiap tahunnya tidak mengalami peningkatan bahkan mengalami penurunan setiap tahunnya, di sebabkan karena sudah banyaknya usaha-usaha yang bergerak di bidang jasa, khususnya pada sebagian Klinik yang salah satu dari usahanya menyediakan jasa pemasangan kawat gigi (behel).

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul ***“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pemasangan Kawat Gigi (Behel) Pada Klinik Kesiana di Pekanbaru”***

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka permasalahan yang penulis angkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Faktor Budaya berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen dalam pemasangan kawat gigi (behel) pada Klinik Kesiana di Pekanbaru ?
2. Apakah Faktor Sosial berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen dalam pemasangan kawat gigi (behel) pada Klinik Kesiana di Pekanbaru ?
3. Apakah Faktor Pribadi berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen dalam pemasangan kawat gigi (behel) pada Klinik Kesiana di Pekanbaru ?

4. Apakah Faktor Psikologis berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen dalam pemasangan kawat gigi (behel) pada Klinik Kesiana di Pekanbaru ?
5. Faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pemasangan kawat gigi (behel) pada Klinik Kesiana di Pekanbaru ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Perilaku Konsumen dalam pemasangan kawat gigi (behel) pada Klinik Kesiana di lihat dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam pemasangan kawat gigi (behel) pada Klinik Kesiana.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini menyesuaikan dengan tujuan penelitian tentang variabel mana yang secara dominan dapat menyebabkan perilaku konsumen dalam pemasangan kawat gigi (behel) pada Klinik Kesiana.

2. Bagi Klinik Kesiana Pekanbaru

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, khususnya bagi klien Kesiana dalam meningkatkan penjualan dan menyusun rencana lebih baik lagi untuk masa mendatang yang rentan terhadap *Perilaku Konsumen*.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa kerangka teoritis tentang *Perilaku Konsumen* yang dilakukan para konsumen serta apa yang menjadi penyebabnya dan nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya dalam Enam bab. Dimana dalam setiap babnya hanya di fokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok – pokok yang di bahas pada masing – masing bab tersebut, di kemukakan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan masalah dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan teori – teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat di simpulkan suatu hipotesis dan variabel – variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan di jelaskan dan di uraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data. Dengan demikian dapat di ketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa apa saja yang tepat untuk di gunakan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis memuat sejarah singkat berdirinya perusahaan, kegiatan, aktivitas, dan serta struktur organisasi perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan di uraikan mengenai analisis dari hasil penelitian yang di lakukan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terkait (perusahaan).