

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rokok merupakan produk yang terbuat dari olahan tembakau yang hingga saat ini Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengkonsumsi rokok yang meningkat tiap tahunnya. Semua kalangan termasuk wanita dan anak-anak mengkonsumsi rokok secara rutin. Hal ini menunjukkan bahwa banyak sekali orang yang tidak peduli dengan kesehatan serta dampak yang di timbulkan dari merokok. Kandungan yang terdapat dalam rokok sangat berbahaya bagi kesehatan. Di dalam rokok terkandung kurang lebih 4.000 bahan kimia yang di antaranya adalah nikotin, dimana nikotin itu bersifat karsinogenik yang dapat mengakibatkan timbulnya berbagai macam penyakit di antaranya gangguan pencernaan, gangguan kehamilan dan janin, impotensi, serangan otak, dan kanker.

Ada banyak macam rokok yang mulai berkembang di Indonesia salah satunya yakni rokok herbal. Di masa yang sekarang, banyak sekali merek atau jenis rokok yang di jual di pasaran dan itu membuat para pengkonsumsi rokok bisa memilih sesuai dengan selera masing-masing. Mulai dari rokok yang filter, kretek maupun yang elektrik sudah marak sekali dan mudah sekali untuk diperoleh. Hal itu membuat para pengkonsumsi

rokok bisa dengan mudah untuk mendapatkan rokok yang mereka inginkan.

Fenomena merokok di Indonesia memang sudah tidak asing lagi di karenakan hampir semua tempat kita bisa menjumpai orang yang merokok. Kementerian Kesehatan menyebutkan bahwa Indonesia sekarang menghadapi ancaman serius akibat peningkatan jumlah perokok, terutama kelompok anak-anak dan remaja. Peningkatan perokok pada remaja usia 15-19 tahun meningkat dua kali lipat dari 12,7% pada 2001 menjadi 23,1% pada 2016 (Moeloek, 2017: Kemenkes: Jumlah Perokok Remaja Semakin Meningkat). (Iskandar, Firona: 2018) Pada masa sekarang konsumen lebih mengutamakan kualitas yang dinilai setara dengan harga yang ada. Konsumen akan memberikan penilaian tersendiri terhadap produk yang akan dipilih sebelum melakukan atau memutuskan suatu pembelian, oleh karena itu produsen atau pengusaha dibidang makanan sekarang ini perlu memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan demi menunjang penjualan produk. Kualitas merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan. (Kotler dan Keller 2009: 143).Kualitas dapat terpenuhi ketika perusahaan dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang menawarkan kualitas

akan menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Hubungan baik yang sudah tercipta dalam jangka panjang akan membuat perusahaan mengerti terhadap kebutuhan yang diharapkan pelanggan. Hal seperti ini yang akan memberikan keuntungan positif bagi perusahaan. (Anggraeni, Kumadji: 2016) Berkaitan dengan merek, merek mempunyai segala variasi didalamnya dan nilai yang dimiliki pada pasar. Untuk mememangkan persaingan pasar yang semakin meningkat, merek harus mengeluarkan segala keunggulannya. Bagi perusahaan, merek bisa menjadi semakin bernilai karena dapat memanfaatkannya untuk membangun basis kepercayaan konsumen dalam menentukan pilihan suatu produk. (Romdonny, Rosmadi: 2018) Layaknya manusia, merek mempunyai identitas yang disebut karakter. Karakter merupakan nyawa dan kepribadian yang terdapat dalam sebuah merek. Karakter menjadi penting karena menjadi identitas bagi sebuah merek agar dapat dikenali oleh konsumen. Dalam penelitian ini peneliti mengambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh merek rokok herbal SIN terhadap keputusan pembelian konsumen rokok herbal SIN Provost 19 di warkop Mojopahit?

2. Apakah ada pengaruh harga rokok herbal SIN Provost 19 terhadap keputusan pembelian konsumen di warkop Mojopahit?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk rokok herbal SIN Provost 19 terhadap keputusan pembelian konsumen di warkop Mojopahit?
4. Apakah ada pengaruh secara serentak merek, harga, dan kualitas produk rokok herbal SIN Provost 19 terhadap keputusan pembelian konsumen di warkop Mojopahit?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh merek rokok herbal SIN Provost 19 terhadap keputusan pembelian konsumen rokok herbal SIN Provost di warkop Mojopahit
2. Untuk mengetahui pengaruh harga rokok herbal SIN Provost 19 terhadap keputusan pembelian di warkop Mojopahit
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk rokok herbal SIN Provost 19 terhadap keputusan pembelian konsumen di warkop Mojopahit
4. Untuk mengetahui secara pengaruh secara serentak merek, harga, dan kualitas produk rokok herbal SIN Provost 19 terhadap keputusan pembelian konsumen di warkop Mojopahit

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu mendukung pendapat Kotler tentang pemasaran yang merupakan proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan. Penelitian ini berisi tentang pengaruh merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembeli.

2. Secara Praktis

Dapat digunakan konsumen sebagai bahan pertimbangan dalam mengevaluasi produk rokok herbal SIN

3. Secara Metodologi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian yang sejenis

Halaman ini sengaja dikosongkan