

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara berkembang dengan jumlah penduduk yang mencapai lebih dari 271 juta jiwa, yang membuat negara ini memiliki peluang pasar yang sangat besar. Dilihat dari sifat orang Indonesia yang senang berbelanja dan didukung dengan pemerintah yang memberikan kemudahan dalam berusaha. Dengan cara mengesahkan peraturan perundangan (PP) turunan UU Cipta Kerja, dalam peraturan tersebut terdapat peraturan perundangan (PP) yang memberikan kemudahan untuk berusaha mulai dari aspek perizinan, perpajakan dan lain sebagainya. Dengan banyaknya peluang dan kemudahan dalam berbisnis membuat banyak perusahaan yang mulai memasarkan produknya.

Bisnis yang semakin berkembang adalah bisnis air minum dalam kemasan. Besarnya pasar industri air minum dalam kemasan menyebabkan banyaknya merek-merek lokal maupun internasional yang memenuhi industri ini. Bisnis air minum dalam kemasan menjadi salah satu bisnis yang paling dibutuhkan dikalangan masyarakat, karena ketersediaan air bersih di beberapa wilayah sangat terbatas. Maka dari itu bisnis air minum dalam kemasan menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan air minum sehat mereka.

Banyaknya pesaing bisnis air minum dalam kemasan membuat perusahaan harus menetapkan strategi pemasaran, agar tidak kalah bersaing, perusahaan menetapkan strategi yang langsung menuju ke konsumen, tidak hanya berfokus pada menjual produk, akan tetapi juga harus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta dituntut untuk selalu menjaga kualitas produk dan harga. Dengan demikian perusahaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh calon konsumen pada pasar air minum dalam kemasan untuk masyarakat di Indonesia.

Kualitas produk merupakan kunci perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan bisnisnya. Kualitas produk memberikan manfaat diantaranya adalah menjadi alasan masyarakat untuk membeli produk tersebut. Pada saat ini konsumen semakin teliti dalam hal kualitas produk membuat perusahaan harus menjaga dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari ketidakpuasan konsumen dan bisa terus bersaing dengan perusahaan pesaing.

Selain kualitas produk harga juga merupakan faktor penting atas suatu produk. Karena setiap harga yang diputuskan oleh perusahaan akan menentukan tingkat keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Biasanya harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan rendahnya tingkat keputusan pembelian, sedangkan harga yang rendah dan terjangkau dapat meningkatkan keputusan pembelian para konsumen. Namun perusahaan yang berani menetapkan harga tinggi biasanya menjadi alasan dari kualitas suatu produk, produk dengan kualitas yang tinggi akan berani menetapkan harga yang tinggi pula.

Salah satu perusahaan yang memproduksi air minum dalam kemasan adalah PT Tirta Investama dengan produk air mineral yang memiliki merek yang terkenal yaitu Aqua. Aqua adalah salah satu produk air minum dalam kemasan yang memiliki posisi sebagai *top of mind* menjadikan aqua sebagai produk yang sudah memiliki *brand image* yang tinggi karena aqua menjadi air minum dalam kemasan dengan penjualan terbesar di Indonesia dan menjadi pelopor untuk industri lainnya.

Tabel1.1. Data Top Brand Tahun 2021

Kategori	Merek	Tahun
		2021
Air Mineral	Aqua	61,5%
	Ades	7,8%
	Club	6,6%
	Le Mineral	6,1%
	Cleo	3,7%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/en/2020/06/air-minum-dalam-kemasan-fase-2-2020/>

Hingga saat ini aqua masih terus bertahan dan berkembang hingga menjadi pemimpin pasar di industri air minum dalam kemasan di Indonesia, sehingga kini banyak perusahaan yang ikut menjalankan bisnis air minum mineral. Salah satu pemimpin pasar yaitu bahan baku air aqua yang diproduksi dengan menjaga kemurnian dan kealamian kandungan mineralnya. Salah satu faktor yang membuat aqua layak menjadi pemimpin pasar yaitu bahan baku air aqua yang diproduksi dengan menjaga kemurnian dan kealamian kandungan mineralnya.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Gici Business School Bekasi mempunyai mahasiswa yang cukup banyak, seiring dengan bertambahnya mahasiswa STIE Gici Business School Bekasi, kebutuhan air minum dalam kemasan juga meningkat. Potensi ini membuat banyaknya penjual yang menawarkan air minum dalam kemasan terutama air minum aqua. Berdasarkan Latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul. **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan Aqua (Studi Kasus Mahasiswa STIE GICI Bekasi)”**

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh peneliti sebagai berikut :

1. Meningkatnya jumlah pesaing yang sejenis pada industri air minum kemasan Aqua.
2. Perbandingan harga dengan pesaing yang membuat konsumen berfikir untuk membeli atau tidaknya pada Air Minum Kemasan Aqua
3. pegawai kurang membangun komunikasi dengan konsumen oleh sebab itu konsumen ragu untuk memutuskan pembelian.

1.3. Batasan Masalah

Hasil identifikasi masalah pada menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah Batasan . Masalah mengembangkannya penelitian maka peneliti membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu peneliti membatasi penelitian ini hanya hanya pada “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan Aqua.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan Aqua ?
2. Apakah secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian AirMinum Kemasan Aqua ?
3. Apakah secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadapKeputusan Pembelian Air Minum Kemasan Aqua ?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan Aqua
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan Aqua
3. Untuk mengetahui apakah secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan Aqua.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Membuktikan ada atau tidaknya Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan Aqua
2. Bagi Mahasiswa dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.
3. Bagi pihak lain dapat dijadikan referensi informasi dan sebagai bahan perbandingan untuk peneliti yang serupa.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I

PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian itu sendiri.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku jurnal, rujukan yang secarasah digunakan dalam menyusun penelitian