

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam upaya menerapkan gaya hidup yang sehat, peran air menjadi elemen yang signifikan untuk kehidupan aktifitas sehari-hari. Konsumsi air merupakan hal yang menjadi wajib untuk mendapatkan kebugaran tubuh. Di era modern, kebanyakan masyarakat sudah tidak menempatkan air rebusan atau air ledeng sebagai sumber konsumsi air harian. Kini air minum dalam kemasan (AMDK) produk dari depo air minum isi ulang menjadi suatu pilihan. Air dari depo air isi ulang memiliki beberapa kelebihan antara lain lebih murah, praktis, dan memiliki kualitas air yang tidak jauh berbeda kualitasnya dengan AQUA, seperti tanpa bakteri dan zat-zat berbahaya lainnya bagi tubuh manusia.¹

Di era modern seperti ini, maka kebutuhan masyarakat semakin meningkat dan semakin banyak nya badan usaha yang didirikan. Usaha tersebut dapat berupa usaha kebutuhan primer (*dharuruyah*), sekunder maupun tersier (*hajiyyat*). Tidak terkecuali kebutuhan akan konsumsi air minum yang semakin membuat kebutuhan ini menjadi sesuatu yang di prioritaskan. Kebutuhan dari masyarakat terhadap air mineral yang sehat, higienis dan terjangkau sesuai dengan standarisasi kesehatan yang sudah ditetapkan pemerintah menjadi salah satu objek usaha.

¹ Ratna Wati, P, 2001, Mengukur Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pendidikan, www.DEPDIKNAS.GO.ID, Diakses tanggal 17 April 2020.

Menurut pelaku usaha depo air minum isi ulang yang sudah peneliti temui, mereka berpendapat bahwa mendapatkan pelanggan yang baru akan lebih mudah jika dibanding mempertahankan pelanggan yang telah lama menjadi konsumennya. Oleh karena itu, ini diperlukan usaha yang lebih dan memerlukan biaya yang tidak sedikit agar menjadikan pelanggan tetap setia dan tidak berpaling. Dalam menjalankan usaha bisnisnya, pemilik usaha depo air memberikan pelayanan yang terbaik serta melakukan promosi sehingga mampu mempertahankan kelayaitasan konsumen. Karena sifat pelanggan akan selalu mencari tahu hal yang baru dari produk yang baru saja dikeluarkan, dan pelanggan akan lebih tertarik dengan promosi yang menjadikan usaha tersebut berbeda dari yang lain. Tidak dipungkiri pelanggan memiliki sifat yang dinamis serta lebih menyukai pelayanan jasa yang lebih baik. Menurut Kotler dan Amstrong yang dikutip oleh Doni Juan Priansa menyatakan bahwa dalam sebuah perusahaan apabila mengharapkan respon yang diinginkan pasar, maka dapat menggunakan pemasaran taktis terkendali yang didalamnya berisi seperti tempat, harga, produk, dan promosi yang semuanya dipadukan sehingga menjadi sebuah bauran pemasaran (*marketing mix*)².

Berdasarkan pendapat dari kotler dan amstrong sebagaimana yang dikutip dalam bukunya doni juan priansa,³ menjelaskan bahwa konsep dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yakni terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi), dan *promotion* (promosi). Dari masing-masing empat

² Donni Juan Priansa, *Perilaku Konsumen dalam persaingan Bisnis Kontemporer*, (JAKARTA : ALFABETA, 2017),10.

³ Donni Juan Priansa, *Perilaku Konsumen dalam persaingan Bisnis Kontemporer*,11.

unsur bauran pemasaran memiliki keterkaitan satu sama lain dan memiliki bauran yang optimal adalah yang sesuai berdasarkan karakteristik segmennya.

Produk dapat diartikan sesuatu yang biasa ditawarkan kepada pasar guna kebutuhan atau keinginan masyarakat.⁴ Nilai dari produk biasanya ditentukan oleh pembeli dilihat dari manfaat produk yang akan mereka terima oleh konsumen. Adapun harga merupakan senilai uang yang perlu dibayarkan pelanggan agar memperoleh produk yang diinginkan.⁵ Keputusan dalam penentuan harga menjadi penting berdasarkan nilai/manfaat dari sebuah produk yang akan diberikan pada konsumen dan memiliki peran yang sangat penting guna menggambarkan suatu kualitas dari produk tersebut.⁶

Kecamatan Gunung Anyar merupakan wilayah dari Kota Surabaya yang telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari beberapa aspek. Guna memenuhi kebutuhan air minum yang higienis dan sehat, maka banyak usaha depo air minum isi ulang semakin merebak dan menjadi trend dalam kebutuhan konsumsi air minum. Sehingga, persaingan dalam pemberian layanan serta kualitas menjadi factor yang dipertimbangkan konsumen untuk meningkatkan penjualan.

Berikut adalah daftar depo air minum isi ulang yang berada di Kecamatan Gunung Anyar, Surabaya :

⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi ke-12 jilid 1.*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 266.

⁵ Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip.*, 63.

⁶ Hurriyati, 2010 . *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.*, (Bandung: ALFABETA). 52.

Tabel 1.1
Depo Air Isi Ulang di Kecamatan Anyar, Kota Surabaya

No.	Nama Depo Air Isi Ulang
1	Depo Air Minum Isi Ulang Rigina Qua
2	Depo Air Minum Isi Ulang Pratama
3	Depo Air Minum Isi Ulang Pelangi
4	Depo Air Minum Isi Ulang Biru
5	Depo Air Minum Isi Ulang Anda
6	Depo Air Minum Isi Ulang Mei-Mei
7	Depo Air Minum Isi Ulang Intan dan Rizal

Sumber : <https://googlemap.com> diakses pada tanggal 17 April 2020

Dari tabel tersebut peneliti mengambil tiga depo air minum isi ulang yang memiliki potensi konsumen yang sejenis karena lokasinya yang saling berdekatan, antara lain: Depo Air Minum Isi Ulang Biru, Depo Air Minum Isi Ulang Rigina Qua, dan Depo Air Minum Isi ulang Mei-Mei, dan berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti berusaha menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix* untuk mencari perbandingan pada Depo Air Minum Isi Ulang, yakni sebagai berikut :

Tabel 1.2
Perbandingan Depo air minum Isi ulang

No	Pembanding	Depo Air Minum Biru	Depo Air Minum Rigina Qua	Depo Air Minum Mei-Mei
1	PRODUK	Ozon	Bio	Bio
2	HARGA	Galon baru dan bonus air minum biru 19 liter : Rp. 46.000 Isi ulang : Rp. 7.000 per galon 19 liter Isi ulang pakai kupon50 (K50): 6.700 per galon 19 liter Isi ulang pakai kupon100(K100) : 6.300 per galon 19 liter	Isi ulang : Rp. 8000 per Galon 19 liter	Isi ulang : Rp. 8.000 per Galon 19 liter

3	LOKASI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buka jam : 08.00 – 20.00, 2. berada di Jln. Wiguna sentral park Blok BB-12, Kec. Gunung Anyar Surabaya 3. lokasi berada ruko perumahan wiguna 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buka Pukul 06.00-20.00 2. Berada di jln Gunung Anyar tambak utara II No 32,Kec Gunung Anyar,Surabaya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buka jam : 05.30 – 21.00, 2. Berada di Jln. Raya Wiguna Selatan Indah No. 37, Kec. Gunung Anyar, Surabaya 3. Dekat dengan perumahan wiguna
4	PROMOSI	Melalui Brosur, Sosial media, dan website	Melalui Brosur,Sosial media, dan website	Melalui Brosur,Sosial media, dan website

Sumber data : Berdasarkan Observasi 16-17 April 2020.

Berdasarkan data sebaran jumlah Depo Air Minum yang ada di Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya, peneliti memilih untuk melakukan perbandingan diantara tiga depo yaitu: Depo Air Minum Rigina Qua dan Depo Air Minum Mei-Mei dan Depo Air Minum Biru. Perbandingan ketiga depo ini peneliti memilih karena beberapa alasan diantaranya:

a. Letak lokasi ketiga Depo Air Minum tersebut saling berdekatan

Alasan lokasi menjadi pertimbangan tersendiri bagi peneliti, karena pada area tersebut padat penduduk seperti di Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya tentu menjadi tempat yang strategis bagi pelaku usaha, apalagi yang berkaitan dengan kebutuhan pokok seperti air minum mineral. Dengan lokasi yang sama setiap pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama dalam menarik perhatian konsumen. Hal inilah yang menjadikan alasan bagi peneliti untuk melakukan perbandingan diantara ketiga Depo Air Minum tersebut.

b. Pangsa pasar antara ketiga depo yang sama

Alasan selanjutnya adalah pangsa pasar atau sasaran pasar yang sama. Dengan lokasi usaha yang sama, dapat dipastikan pangsa pasar akan sama. Persamaan inilah

yang melatarbelakangi peneliti untuk melakukan perbandingan pada ketiga depo air minum tersebut.

c. Produk yang sejenis

Kesaamaan jenis produk menjadi alasan selanjutnya, karena dengan produk dan jasa yang sama dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan perbandingan antar satu pihak dengan pihak lain. Hal ini juga yang menjadi latar belakang bagi peneliti untuk membandingkan ketiga depo air minum tersebut.

d. Harga jual produk yang hampir sama

Harga jual juga menjadi alasan peneliti dalam membandingkan Depo Air Minum Mei-Mei, Riguna Qua dan Biru karena pada ketiga depo tersebut harga jual produk yang ditawarkan hampir sama dengan jenis produk yang sama.

e. Jumlah kunjungan konsumen yang hampir sama

Berdasarkan penjelasan alasan pada point A,B,C,D tersebut, akan menghasilkan temuan data dan informasi mengenai kecenderungan konsumen dalam memilih salah satu depo diantara ketiga depo air minum yang lain . Begitu juga dengan motif konsumen terhadap kecenderungan tersebut. Selanjutnya jika dibandingkan dari segi produk, Depo Air Minum Biru memiliki sedikit perbedaan dalam basis produk air minumnya menggunakan sistem ozon.

Kualitas produk air minum dengan sistem ozon inilah yang juga menjadi keunggulan tersendiri bagi Depo Air Minum Biru, dimana proses teknologi ozon menjadikan kualitas air menjadi lebih baik dan sehat dibandingkan dengan produk air yang lainnya. Proses ozon diklaim mampu menghasilkan air yang bebas dari bakteri, lebih sehat, rasa yang lebih segar, mengandung mineral asli, dan terjamin

kualitasnya. Hal ini dibuktikan dengan hasil lab yang telah dilakukan oleh pihak Depo Air Minum Biru secara resmi di kemenkes RI. Sehingga dapat dipastikan bahwa produk air minum isi ulang di Depo Air Minum Isi Ulang Biru memiliki standarisasi yang bagus.

Meski kualitas produk yang tinggi, Depo Air Minum Biru mematok harga yang masih tergolong relatif murah dan terjangkau bagi konsumsi masyarakat di wilayah Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya. Dari data peneliti dapat diketahui jumlah kunjungan konsumen pada Depo Riguna Qua, Mei-Mei dan Depo Air Minum Biru, data jumlah konsumen per bulan pada ketiga depo sebagai berikut:

Tabel 1.3
Rata-rata Jumlah konsumen per bulan
periode Januari –Maret

No	Depo air minum	Bulan/Minggu : Januari				rata-rata	Bulan/Minggu : Februari				rata-rata	Bulan/Minggu : Maret				rata-rata	rata-rata
		I	II	III	IV	per bulan	I	II	III	IV	per bulan	I	II	III	IV	per bulan	penjualan 3 bulan
1	Biru	200	250	300	280	257,5	200	210	280	280	242,5	200	300	210	250	240	246,6666667
2	Riguna Qua	150	140	200	150	160	120	180	200	150	162,5	120	200	150	200	167,5	163,3333333
3	Mei-mei	150	100	120	150	130	100	150	120	100	117,5	150	120	100	150	130	125,8333333

Berdasarkan data tabel 1.3, dapat diketahui bahwa rata-rata jumlah konsumen per bulan pada ketiga depo air minum isi ulang yang paling diminati oleh konsumen yaitu Depo Air Minum Isi Ulang Biru. Selanjutnya dari rata-rata penjualan selama 3 bulan pada depo air minum isi ulang yang paling diminati oleh konsumen yaitu juga Air Minum Isi Ulang Biru dengan jumlah 246,66.

Adapun Peneliti melakukan observasi pada tanggal 18 – 19 April 2020 kepada 35 responden mengenai alasan memilih membeli air mineral isi ulang di Depo Air Minum Biru. Data yang di peroleh peneliti sebagai berikut :

Tabel 1.4
Alasan pelanggan pembelian Depo air minum biru, surabaya

Alasan Pembelian	Jumlah
<i>Place</i> (Lokasi)	7
<i>Product</i> (Produk)	16
<i>Price</i> (Harga)	12
<i>Promotion</i> (Promosi)	0
Total	35

Sumber: Hasil observasi di Depo Air Minum Biru, Surabaya

Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa alasan konsumen membeli air isi ulang di depo air minum biru yang paling tinggi adalah karena lokasi sebanyak 7 orang, harga sebanyak 12 orang dan produk sebanyak 16 orang, Oleh sebab itu, peneliti menjadi tertarik dengan fenomena tersebut dan melakukan penelitian terhadap produk dan harga pada depo air minum isi ulang Biru untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya pada keputusan pembelian. Dengan demikian, peneliti akan melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Depo Air Minum (Studi Pada Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya)”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan diatas, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Produk Pada Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya?
2. Bagaimana Harga Pada Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya ?
3. Bagaimana Keputusan Pembelian Pada Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya?
4. Bagaimana Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya?
5. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya?
6. Bagaimana Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah, maka dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan penelitian antara lain:

1. Untuk mengetahui Produk pada Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui Harga pada Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian pada Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh Produk terhadap keputusan pembelian di Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya.

5. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian di Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya.
6. Untuk mengetahui pengaruh Produk dan Harga terhadap keputusan Pembelian di Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya.

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun untuk hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan kegunaan berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan menambah ilmu serta wawasan bagi peneliti terutama pada bidang terkait dengan Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.
- b. Bagi akademisi berguna dalam memberikan manfaat pengembangan ilmu ekonomi, dengan pendekatan dan cakupan variabel yang digunakan, terutama hal-hal yang terkait dengan Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.
- c. Hasil dari penelitian diharapkan dapat dijadikan sebuah acuan selanjutnya bagi peneliti lain dalam mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Depo Air Minum Biru, Surabaya
Bagi pemilik Depo Air Minum Biru Surabaya, sebagai suatu koreksi dalam upaya untuk meningkatkan kualitas produk yang akan diterima oleh masyarakat dan sebagai tolak ukur dalam persepsi publik.

b. Bagi Peneliti

Diharapkan dengan adanya Penelitian ini nantinya peneliti mendapatkan pemahaman lebih akan pentingnya Produk Air Minum Isi Ulang di dalam dunia usaha atau perusahaan

c. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian diharapkan dapat membantu warga masyarakat guna melakukan suatu penilaian terhadap Produk dan Citra Pengusaha sehingga akan lebih meyakinkan masyarakat dalam menentukan keputusan pembelian di Depo Air Minum Biru Surabaya.

E. TELAHAH PUSTAKA

Untuk mengetahui orisinilitas dari penelitian ini maka peneliti menyajikan beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan kemiripan tema sebagai berikut.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dedi Nurdiansyah, "*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Bandar Lampung*".⁷ Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh dari kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Adidas di Bandar Lampung adalah $R^2 = 0.575$ atau 57,5%

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada salah satu variabelnya yaitu sama-sama membahas tentang Harga.

⁷ Dedi Nurdiansyah, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Bandar Lampung"(Skripsi),(Lampung:Universitas Lampung,2017).

Perbedaan dengan peneliti sekarang terletak pada salah satu variabel bebas dan objek penelitian. Jika dalam penelitian terdahulu menggunakan Kualitas Produk dan Harga maka pada peneliti sekarang menggunakan variabel bebas Produk dan Harga. Selain itu Objeknya juga berbeda, peneliti terdahulu memilih Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas di Bandar Lampung sedangkan peneliti sekarang memilih objek di Depo Air Minum Biru Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Serli Melida, "*Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja (Studi Pada Toko Taman Bunga Kota gede Yogyakarta)*".⁸ Hasil uji hipotesis menggunakan uji t dengan hasil bahwa variabel harga mempunyai besar signifikansi ($0,000 < 0,05$) oleh karena itu memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan konsumen agar berbelanja pada Toko Taman Bunga Kota Gede Yogyakarta. Variabel kualitas produk memiliki besar signifikansi ($0,000 < 0,05$) oleh karena itu memiliki pengaruh positif dan signifikan kualitas produk pada keputusan konsumen. Hasil dari uji F ditemukan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ oleh karena itu memiliki pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas produk secara bersama-sama pada keputusan konsumen.

Persamaan peneliti terdahulu dengan penelitian yang sekarang ini dilakukan terletak pada salah satu variabelnya yaitu sama-sama membahas

⁸ Serli Melida, "*Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja (Studi Pada Toko Taman Kota Gede Yogyakarta)*"(Skripsi),(Yogyakarta:Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,2016).

tentang harga. Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian terdahulu menggunakan harga dan kualitas produk maka pada peneliti sekarang menggunakan variabel bebas produk dan harga.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Dheany Arumsari, "*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Toko Bhakti Mart Kpri Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)*".⁹ Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang bernilai positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Variabel harga memiliki pengaruh yang bernilai positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Variabel promosi memiliki pengaruh yang bernilai positif dan signifikan pada keputusan pembelian.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada dua variabel bebas, yaitu kualitas Produk, harga dan promosi serta variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang sekarang terletak pada variabel bebas dan objek penelitian. Jika dalam penelitian terdahulu menggunakan Harga, Kualitas Produk, harga dan promosi. Pada penelitian sekarang menggunakan variabel bebas berupa produk dan harga.

⁹ Dheany Arumsari, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Toko Bhakti Mart Kpri Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)" (Skripsi), (Jawa Tengah: Universitas DiPonegoro Semarang, 2012).

F. HIPOTESIS PENELITIAN

Dari rumusan masalah diatas, adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. H_0 : Tidak Ada Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Depo Air Minum Biru Surabaya.

H_a : Ada Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Depo Air Minum Biru Surabaya.

2. H_0 : Tidak Ada Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Depo Air Minum Biru Surabaya

H_a : Ada Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Depo Air Minum Biru Surabaya.

3. H_0 : Tidak Ada Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Depo Air Minum Biru Surabaya

H_a : Ada Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Depo Air Minum Biru Surabaya