

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring semakin cerdasnya konsumen dan semakin bertambahnya pilihan produk yang tersedia di pasar, menimbulkan persaingan yang semakin ketat pada sisi produsen dalam usaha memperebutkan perhatian konsumen yang ada di pasar untuk membeli produknya.

Salah satu diantara produk air minum mineral yang telah memiliki merek yang mapan, sehingga telah memiliki kekuatan pasar. Di tengah persaingan yang ketat produsen aqua terus berupaya mengantisipasi persaingan dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, salah satunya adalah menciptakan produk yang berkualitas. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan air minum produsen juga menambah variasi produknya yaitu melalui peluncuran aqua.

Selain itu untuk mengkomunikasikan produknya produsen juga menggunakan berbagai media promosi bertujuan agar konsumen dan masyarakat mengetahui keberadaan dan perkembangan produk. Ditinjau dari faktor harga, harga aqua cenderung lebih tinggi dibandingkan merek lain. Persepsi konsumen terhadap harga turut berpengaruh terhadap keputusan pembelian, konsumen umumnya mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan manfaat produk. Produk yang berorientasi pada kualitas pada

umumnya membutuhkan biaya yang cukup tinggi dalam kegiatan produksinya, sehingga turut mempengaruhi tinggi penawaran harga di pasar.

Keputusan konsumen dalam pembelian sangat beragam, konsumen berasal dari beberapa segmen sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Masih terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan.

Model perilaku konsumen yang dikemukakan Kotler (1997) menerangkan bahwa keputusan konsumen dalam pembelian selain dipengaruhi oleh karakteristik konsumen, dapat dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang mencakup produk, harga, tempat dan promosi. Variabel variabel tersebut di atas saling mempengaruhi proses keputusan pembelian sehingga menghasilkan keputusan pembelian yang didasarkan pada pilihan produk, pilihan merk, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas melalui riset ini penulis tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian air minum Aqua di Karanganyar. Keputusan konsumen dalam penelitian ini dapat dipengaruhi oleh bauran pemasaran Aqua yang terdiri dari kualitas produk, harga, dan promosi. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan implikasi bagi produsen Aqua untuk memperkuat posisinya dalam persaingan produk air minum mineral.

Berdasarkan uraian hal di atas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AQUA DI KECAMATAN TASIKMADU KARANGANYAR.**

### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian air minum Aqua di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar ?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian air minum Aqua di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar ?
3. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian air minum Aqua di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar ?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian air minum Aqua di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian air minum Aqua di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar ?

2. Untuk menganalisis pengaruh harga secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian air minum Aqua di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar ?
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian air minum Aqua di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar ?
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian air minum Aqua di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar ?

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan untuk memberikan informasi dan membantu perusahaan khususnya produsen air minum Aqua dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat berdasarkan alat bauran pemasaran yang dimiliki, guna menghadapi persaingan di masa-masa mendatang.
2. Bagi peneliti sebagai bahan pertimbangan dalam mengkaji lebih mendalam teori tentang pemasaran dan perilaku konsumen terhadap kenyataan di lapangan.
3. Bagi pembaca sebagai informasi atau gambaran bagi mahasiswa atau peneliti lain dalam memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini.

## **E. Sistematika Skripsi**

### **Bab I      Pendahuluan**

Diuraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

### **Bab II      Tinjauan Pustaka**

Diuraikan teori yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu pengertian pemasaran dan konsep pemasaran, bauran pemasaran, perilaku konsumen, teori perilaku konsumen, model perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan proses keputusan membeli.

### **Bab III     Metodologi Penelitian**

Diuraikan kerangka pemikiran, hipotesis, data dan sumber data, teknik pengambilan sampel, definisi operasional dan pengukuran variabel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen dan teknik analisis data.

### **Bab IV     Hasil Penelitian dan Analisis Data**

Diuraikan hasil penelitian mengenai karakteristik responden, analisis data, pembahasan hasil penelitian, implikasi kebijakan.

### **Bab V      PENUTUP**

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dan saran.