

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Preferensi konsumen dapat terbentuk melalui pola pikir konsumen yang di dasarkan oleh beberapa alasan yang mana terdapat pengalaman yang di peroleh sebelumnya sehingga konsumen merasakan kepuasan dan manfaat dalam membeli produk. Setelah konsumen merasakan kecocokan dalam mengkonsumsi produk, maka konsumen akan terus menggunakan produk dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Berkaitan dengan preferensi, konsumen akan memberikan harapan sebagai acuan. Harapan konsumen dalam memprioritaskan pada kepuasannya tentang apa yang di terimanya karena preferensi merupakan hasil dari evaluasi.

Keputusan konsumen menyatakan tindakan untuk memilih dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka dia harus memiliki pilihan alternatif. ¹Sebagai hasil dari kegiatan evaluasi alternatif, maka konsumen akan melakukan pembelian terhadap merek tertentu. Secara umum, keinginan membeli di dasarkan pada upaya keseragaman antara motivasi membeli dengan fakta produk berupa atribut ataupun karakteristik mereknya. Keputusan pembelian adalah tahap setelah adanya niat atau keinginan untuk membeli.²

Setiap konsumen akan melakukan keputusan pembelian, konsumen akan mengevaluasi tentang sikapnya. Kepercayaan di lakukan untuk mengevaluasi sebuah merek, kemudian baru dapat mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Dalam era globalisasi yang serba canggih seperti ini banyak sekali macam dan jenis barang yang di produksi oleh perusahaan. Hal ini yang akan menjadi tantangan oleh perusahaan yang baru saja memulai bisnisnya ataupun ingin mengembangkan usahanya.

¹ Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen*, Nora Media Enterprise, Kudus, 2010, hlm. 119.

² Ekawati Rahayu Ningsih, *Perempuan Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran*, STAIN Kudus, 2009, hlm. 52.

Persaingan antar merek produk semakin gencar untuk merebut hati konsumen. Salah satunya adalah air minum dalam kemasan (AMDK). Air minum merupakan kebutuhan manusia yang sangat pokok. Seiring dengan majunya teknologi diiringi kesibukan masing-masing, maka masyarakat cenderung memilih cara yang lebih praktis dengan biaya yang tidak relatif mahal dalam memenuhi kebutuhan air minum. Salah satu pemenuhan kebutuhan air minum yang menjadi alternatif adalah menggunakan air minum dalam kemasan. Kebiasaan masyarakat yang dulu ketika ada acara hajatan di suguhi teh manis dalam gelas sekarang bergeser menggunakan air minum dalam kemasan karena cenderung praktis, cepat saji, dan mudah di bawa kemana saja. Berbagai air minum dalam kemasan terus meningkat dengan adanya keperluan masyarakat terhadap air minum yang bermutu. Kebutuhan air minum dalam kemasan meningkat dengan pertumbuhan penduduk dan kemajuan ekonomi. Banyak perusahaan yang melakukan bisnis air minum dalam kemasan dan terus memperluas jaringan produk-produknya.

Kebutuhan mengkonsumsi air minum dalam kemasan sangat tinggi, tetapi ketersediaan air minum yang layak konsumsi dan terjamin kesehatannya semakin sulit di peroleh. Apalagi ada merek air minum yang tidak layak konsumsi karena mengandung zat yang membahayakan. Masyarakat sudah tidak bisa lagi lepas dengan air minum dalam kemasan terutama di lingkungan perkotaan. Di samping tingginya akan permintaan air bersih, tidak ada kendala untuk perusahaan perusahaan lain memasuki industri AMDK. Pada saat ini tercatat banyak nama merek air minum dalam kemasan yang beredar di seluruh Indonesia. Munculnya berbagai produk baru maupun penyempurnaan yang lama, produsen semakin berlomba lomba untuk menciptakan produk yang mampu bersaing untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut data Aspadin (Asosiasi Perusahaan Air Minum dalam Kemasan) saat ini aspadin menaungi 207 anggota dari 700 perusahaan air minum dalam kemasan yang ada di Indonesia. Aspadin mencatat produksi

nasional sebesar 24,7 miliar liter sepanjang 2015, sehingga tahun ini asosiasi berharap bisa memperbesar produksi menjadi 27,17 miliar liter.³

Salah satu air minum dalam kemasan yang di jadikan preferensi oleh masyarakat Undaan Lor adalah Kh-Q. Jika di lihat segi atributnya memang tidak terlalu berbeda dengan air minum kemasan lainnya. Tetapi masyarakat Undaan Lor menyukai air minum kemasan Kh-Q di karenakan di samping harga terjangkau dan kualitasnya yang tergolong aman. Air minum Kh-Q juga higienis, bersih, steril, dan terdapat do'anya serta di percaya dapat mengobati berbagai penyakit yang di gunakan untuk terapi. Air minum Kh-Q adalah air minum kesehatan yang sudah bersertifikat halal, sebelum di proses air minum terlebih dahulu di tilawahkan Al-Qur'an 30 juz oleh para santri hafidz pesantren tahfidz Al-Qur'an Yanbuul Qur'an di bawah naungan yayasan Arwaniyyah Kudus. Berdasarkan uji laboratorium dari BPPOM Jawa Tengah air minum Kh-Q telah terbukti klinis dan steril layak di konsumsi oleh masyarakat. Selain itu produk air minum dalam kemasan Kh-Q di lengkapi dengan teknologi RO (*Reverse Osmosis*). Hal inilah yang menjadikan air minum kemasan Kh-Q berbeda dengan air minum yang lainnya. Banyak yang tertarik untuk membeli air minum kemasan Kh-Q dari berbagai kalangan. Kh-Q mempunyai 4 macam kemasan produk mulai dari yang gelas 220 ml, botol plastik 330 ml, 600 ml, 1500 ml⁴

Air minum merek Kh-Q sendiri masih tergolong baru, namun demikian konsumen sudah mulai menyukai merek Kh-Q dan produsen tidak mau jika para pelangganya beralih ke merek yang lainnya dan tetap setia pada Kh-Q. Kesetiaan pelanggan memang tidak begitu mudah saja di raih, dan memerlukan waktu yang panjang untuk meyakinkan pelanggan bahwa Kh-Q adalah merek yang menjadi preferensi terbaik dari yang lain. Dengan banyaknya merek yang beredar, masyarakat juga mempunyai

³<http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20160223165537-92-112982/kejar-target-pengusaha-air-minum-dalam-kemasan-tahan-harga/> di akses pada tgl 16 Mei 2016 jam 21.00.

⁴ <http://olx.co.id/iklan/air-mineral-kh-q-air-khataman-al-quran-doa-IDbTyUS.html> di akses pada tanggal 2 mei 2016 jam 15.00

selera yang berubah-ubah. Tentunya konsumen akan memilih yang mutunya lebih dan harganya terjangkau. Jadi produsen harus mengetahui selera konsumen agar mendapatkan respon dan tanggapan yang baik dari para konsumen. Dalam wawancara dengan salah satu masyarakat di desa Undaan Lor Kudus, masyarakat cenderung memilih merek Kh-Q di karenakan walaupun banyak merek yang beredar dengan segala macam kelebihan, tidak mengurangi pemilihan terhadap pembelian air minum Kh-Q. Merek Kh-Q merupakan merek yang lekat dengan konsumen santri. Merek Kh-Q di produksi di lingkungan menara Kudus yang terkenal sebagai kawasan yang kental agamanya. Merek ini di kenal khusus karena merek yang mengandung nilai spiritual. Kh-Q merupakan singkatan Khataman Qur'an. Di karenakan mereka percaya bahwa di dalam air minum terdapat do'a karena sudah di tilawahkan Al-Qur'an. Menurutnya, air yang mempunyai do'a berkhasiat untuk menyembuhkan penyakit dan mendapatkan barokah. Di samping terdapat kelebihan do'a masyarakat juga melihat dari harganya. Harga yang terjangkau juga menjadi hal yang di perhatikan. Jika harga mahal, mungkin banyak yang berfikir untuk membeli merek yang lain.

Produk ideal di mata konsumen adalah yang harganya terjangkau dan berkualitas serta mengandung atribut yang beda dari yang lain. Atribut produk adalah karakteristik atau ciri dari produk tersebut.⁵ Sedangkan kualitas produk di definisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja atau jasa. Kualitas produk adalah salah satu sarana utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.⁶ Dengan kualitas bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam di benak konsumen. Di samping kualitas produk tinjauan harga juga semakin penting. Harga adalah atribut produk dan jasa yang paling

⁵ Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen*, Op. Cit, hlm. 103.

⁶ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke 12, Erlangga, Jakarta, 2006, hlm. 272.

sering di gunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk.

Terkait dengan latar belakang penelitian yaitu persaingan merek-merek air minum dalam kemasan yang tersebar di wilayah Indonesia seperti Aqua, Anda, Buya, Cleo, Vit, Ades, Aquaria, dan lain sebagainya. Pemasar selaku penjual diwajibkan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian agar pemasar dapat mempertahankan para konsumen untuk senantiasa membeli.

Dalam penelitian yang di lakukan oleh Wahyudi Randang menemukan bahwa kualitas produk, atribut produk, ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng bimoli. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng merek bimoli. Ekuitas merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng merek bimoli oleh konsumen.⁷

Penelitian yang di lakukan oleh Sarini Kodu menemukan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.⁸

Sedangkan dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah atribut produk, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian khususnya dalam produk air minum kemasan Kh-Q. Dengan harapan mengetahui apa saja preferensi yang di pilih konsumen, maka produsen harus melakukan strategi pengembangan agar konsumen merasa puas akan produk tersebut sehingga penting bagi produsen mengetahui apa

⁷ Wahyudi Randang, *Kualitas produk ,Atribut produk dan Ekuitas Merek Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng* , Jurnal EMBA, Vo.1. No 3 September 2013, hal 701-709.

⁸ Sarini Kodu, *Harga, Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*, Jurnal EMBA ISSN 2303-1174, Vol. 1 No.3 September, hal 1251-1259.

yang di inginkan konsumen. Untuk itu produsen dapat menyesuaikan produk-produk dengan preferensi konsumen agar produsen dapat meningkatkan penjualan dan dapat mempertahankan pelangganya juga pelanggan baru.

Atas uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMBELI AIR MINUM KEMASAN Kh-Q (Studi Kasus Konsumen di Desa Undaan Lor Kudus)**”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas peneliti ingin menunjukkan rumusan masalah sebagai berikut ini:

1. Apakah atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum kemasan Kh-Q di desa Undaan Lor?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum kemasan Kh-Q di desa Undaan Lor?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum kemasan Kh-Q di desa Undaan Lor?
4. Apakah atribut produk, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum kemasan Kh-Q di desa Undaan Lor?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui atribut produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian air minum kemasana Kh-Q di desa Undaan Lor.
2. Mengetahui kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian air minum kemasan Kh-Q di desa Undaan Lor.
3. Mengetahui harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian air minum kemasan Kh-Q di desa Undaan Lor.

4. Mengetahui atribut produk, kualitas produk, dan harga secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian air minum kemasan Kh-Q di desa Undaan Lor.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai atribut produk, kualitas produk, dan harga mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. Sebagai bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai atribut produk, kualitas produk, dan harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelajar, diharapkan dapat memahami adanya keputusan yang akan diambil dalam membeli suatu produk yang diinginkan, dalam hal ini terkait dengan atribut produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian .
- b. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini bermanfaat sebagai evaluasi pengamatan atribut produk, kualitas produk, dan harga dalam keputusan pembelian.
- c. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam mempelajari atribut produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian .

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh

penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian Awal

Pada bagian ini memuat halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan skripsi, halaman pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar bagan.

2. Bagian Isi

Bagian isi terdiri dari beberapa bab, yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini membahas tentang landasan teori, hasil penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan perumusan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, dan definisi operasional variabel penelitian, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian dan gambaran umum objek penelitian, gambaran responden, deskripsi data penelitian, validitas dan reabilitas, analisis data dan pembahasan.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi daftar pustaka dan lampiran.

