

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan dalam penelitian ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dalam penelitian ini.

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

Suatu perusahaan selain beroperasi untuk mencari keuntungan juga semestinya mempertahankan kelangsungan bisnisnya dalam sebuah persaingan, baik secara sehat maupun tidak sehat. Dalam memenangkan persaingan, banyak hal yang dilakukan oleh sebuah perusahaan agar dapat memonopoli pasar dan mendapatkan keuntungan yang lebih dan pangsa pasar yang luas, termasuk para konsumen didalamnya. Bisnis yang penuh dengan persaingan, intensitasnya dari hari ke hari semakin tinggi sehingga perusahaan dituntut untuk dapat mengidentifikasi dan dapat mengetahui kebutuhan pelanggan yang perlu dipenuhi, menentukan produk yang hendaknya di input untuk dijual, menentukan harga produk tersebut agar konsumen dapat terpenuhi terhadap produk tersebut. Persaingan ini banyak terjadi pada hampir semua sektor bisnis, termasuk pada sektor bisnis yang kita bahas yaitu sektor bisnis Air Minum Dalam Kemasan (AMDK).

Banyak upaya yang perlu ditempuh oleh perusahaan dalam mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan masyarakat terutama yang

berkaitan dengan usaha dan upaya yang bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan berusaha dan mengelola serta mengorganisasikan unsur-unsur marketing mix secara optimal dan mengarah pada tujuan profitable.

Menurut Kotler (2005:49), Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat. Goetsch dan Davis (Diptono dan Diana, 2001) juga mendefinisikan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Karena persepsi terhadap kualitas merupakan persepsi dari pelanggan, maka tidak dapat ditentukan secara obyektif. Persepsi pelanggan akan melibatkan apa yang penting bagi pelanggan karena setiap pelanggan memiliki kepentingan yang berbeda-beda terhadap suatu produk tersebut. Menurut Philip Kotler(2007:122) tentang Saluran Distribusi yaitu suatu perangkat organisasi yang tergantung dan tercakup dalam proses membuat produk atau jasa menjadi barang yang digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen ataupun pengguna bisnis. Sedangkan menurut Warren J Keegan (2003), Saluran Distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. Salah satu cabang dari saluran pemasaran yaitu terkait dengan masalah penyaluran barang dari produsen kepada konsumen ataupun konsumen industri sehingga dalam hal ini saluran distribusi mempunyai tugas untuk menyampaikan produk ataupun jasa yang

diproduksi oleh perusahaan atau produsen kepada para konsumen ataupun konsumen industri.

Masalah yang sering dihadapi sekarang dalam dunia AMDK adalah kualitas air dalam kemasan berubah setelah keluar dari pabrik. "Jumlah mikroba dalam air itu bisa bertambah sesuai *handlingnya*. Kalau ditaruh di bawah sinar matahari atau kemasannya bocor atau terkoyak- koyak itu bisa memacu perkembangan mikroba. Masyarakat harus mengawasi ini saat di pasar karena kami atau Asperindo pasti sulit," Ucap Roy Sparringga Deputy Keamanan Pangan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) saat konferensi pers Asosiasi Pengusaha Air Minum Dalam Kemasan (Asperindo) di Hotel Sultan, Jakarta Pusat, Rabu (3/11/2010) yang dikutip dari Kompas.com tanggal 3 November 2010.

Banyak sekali merek-merek AMDK yang menjamur di semua tempat, karena air minum merupakan hal yang utama bagi tubuh untuk menghindari dehidrasi dan akibat-akibat lain yang ditimbulkan karena kurangnya cairan dalam tubuh. PT. Tirta Osmosis Sampurna merupakan perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang perdagangan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) dan sebagai distributor tunggal Alfa One, dengan kualitas air yang baik, yang diambil langsung dari pegunungan, dan didukung oleh mesin-mesin yang canggih membuat kualitas air minum dalam kemasan Alfa One ini sangat terjamin. Terdapat tiga tahapan dalam mengolah air minum dalam kemasan merek Alfa One ini, yaitu dari mulai filterisasi, ozonisasi, hingga disterilkan dengan menggunakan cahaya *Ultraviolet* sehingga kualitas air sangat terjamin dan tidak mengandung

berbagai macam zat berbahaya dan bakteri yang dapat menyebabkan penyakit. Bisnis yang menjanjikan ini membuat tumbuhnya pesaing-pesaing Alfa One yang mulai berperan utuh dalam pasar karena bisnis ini merupakan faktor penting dan memiliki peran yang tidak akan tergantikan oleh hal apapun, sebab manusia setiap hari memerlukan air minum sebagai pengganti cairan yang dikeluarkan oleh tubuh untuk aktivitas sehari-hari. Bisnis Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) semakin menggiurkan, karena kebutuhan akan air minum terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Perusahaan yang menggarap bisnis AMDK pun semakin banyak dan terus melakukan ekspansi untuk memperluas jaringan pasar produk-produknya. Bisa dibayangkan, kebutuhan masyarakat akan air minum sangat tinggi. Padahal ketersediaan air yang layak minum dalam arti berkualitas dan terjamin dari segi kesehatan semakin sulit diperoleh. Saat ini masyarakat, terutama di kota-kota besar tidak bisa lagi lepas dari AMDK.

Syarat mutu dari Air Minum Dalam Kemasan telah dijabarkan menurut peraturan SNI 01-3554 tentang cara uji air minum dalam kemasan, kemudian SNI 01-6242-2000 tentang air mineral alami, kemudian SNI 19-0428-1998 tentang petunjuk pengambilan contoh pendataan, kemudian SNI 06-4162-1996 tentang metode pengujian kadar perak dalam air dengan alat spektrofotometer serapan atom secara tungku karbon, kemudian SNI 01-2897-1992 tentang cara uji cemaran mikroba, kemudian SNI 06-2472-1991 tentang metode pengujian kadar kobal dalam air dengan alat spektrofotometer serapan atom secara tungku karbon dan yang terakhir yaitu Codex Stan 108-108, (Rev.1 1987), Codex Standard for Natural Water yang dari kesemua peraturan tersebut terangkum dalam peraturan

SNI 01-3553-2006 tentang Air Minum Dalam Kemasan dengan tabel pengukuran sebagai berikut.

Tabel 1.1 Persyaratan Mutu Air Minum Dalam Kemasan

No.	Kriteria Uji	Satuan	Persyaratan	
			Air Mineral	Air Demineral
1.	<b>Keadaan</b>			
1.1	Bau	-	Tidak Berbau	Tidak Berbau
1.2	Rasa		Normal	Normal
1.3	Warna	Unit Pt-Co	Maks. 5	Maks. 5
2	pH	-	6,0 - 8,5	5,0 - 7,5
3	Kekeruhan	NTU	Maks. 1,5	Maks. 1,5
4	Zat yang Terlarut	Mg/l	Maks. 500	Maks. 10
5	Zat Organik (angka KMnO <sub>4</sub> )	Mg/l	Maks. 1,0	-
6	Total Organik Karbon	Mg/l	-	Maks. 0,5
7	Nitrat (sebagai NO <sub>3</sub> )	Mg/l	Maks. 45	-
8	Nitrit (sebagai NO <sub>2</sub> )	Mg/l	Maks. 0,005	-
9	Amonium (NH <sub>4</sub> )	Mg/l	Maks. 0,15	-
10	Sulfat (SO <sub>4</sub> )	Mg/l	Maks. 200	-
11	Klorida (Cl)	Mg/l	Maks. 250	-
12	Fluorida (F)	Mg/l	Maks. 1	-
13	Sianida (CN)	Mg/l	Maks. 0,05	-
14	Besi (Fe)	Mg/l	Maks. 0,1	-
15	Mangan (Mn)	Mg/l	Maks. 0,05	-
16	Klor Bebas (Cl <sub>2</sub> )	Mg/l	Maks. 0,1	-
17	Kromium (Cr)	Mg/l	Maks. 0,05	-
18	Barium (Ba)	Mg/l	Maks. 0,7	-
19	Boron (B)	Mg/l	Maks. 0,3	-
20	Selenium (Se)	Mg/l	Maks. 0,01	-
21	<b>Cemaran Logam</b>			
21.1	Timbal (Pb)	Mg/l	Maks. 0,005	Maks. 0,005
21.2	Tembaga (Cu)	Mg/l	Maks. 0,5	Maks. 0,5
21.3	Kadmium (Cd)	Mg/l	Maks. 0,003	Maks. 0,003
21.4	Raksa (Hg)	Mg/l	Maks. 0,001	Maks. 0,001
21.5	Perak (Ag)	Mg/l	-	Maks. 0,025
21.6	Koblat (Co)	Mg/l	-	Maks. 0,01
22	<b>Cemaran Arsen</b>	Mg/l	Maks. 0,01	Maks. 0,01
23	<b>Cemaran Mikroba</b>			
23.1	Angka lempeng total awal *)	Koloni/ml	Maks. 1,0 x 10 <sup>2</sup>	Maks. 1,0 x 10 <sup>2</sup>
23.2	Angka lempeng total akhir **)	Koloni/ml	Maks. 1,0 x 10 <sup>5</sup>	Maks. 1,0 x 10 <sup>5</sup>
23.3	Bakteri bentuk koli	APM/100ml	< 2	< 2
23.4	<i>Salmonella</i>	-	Negatif/100ml	Negatif/100ml
23.5	<i>Pseudomonas Aeruginosa</i>	Koloni/ml	Nol	Nol
Keterangan *) Di Pabrik **) Di Pasaran				

Sumber : Arsip Standar Nasional Indonesia mengenai AMDK (2006)

Di zaman yang modern ini, konsumen cenderung akan kritis memilih air minum dalam kemasan yang didasarkan pada jernih dan bersihnya minuman tersebut. Produk adalah segala sesuatu yang di tawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang kemungkinan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Konsumen akan melakukan pembelian ketika dirasa butuh, penting, dan mampu untuk melanjutkan kehidupannya serta untuk memuaskan kebutuhannya. Banyak konsumen yang cenderung selektif dalam membeli barang sehingga tidak fasih jika pembelian dilakukan dengan tempat yang berpindah-pindah, baik pengaruh dari harga, lokasi promosi dan sebagainya.

Di era globalisasi inilah yang mengakibatkan semakin ketatnya persaingan. Ketatnya persaingan pasar dan perubahan-perubahan yang terjadi di pasar membuat para pemasar harus menerapkan sebuah strategi yang tepat untuk dapat bertahan dan mengikuti perubahan pasar serta bahkan tampil sebagai pemimpin pasar. Salah satu strategi yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan ini adalah dengan memperbanyak saluran distribusi dan yang terpenting adalah kualitas produknya yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Philip Kotler (2009:201) yang dialih bahasakan oleh Hendra Teguh dan Roni A. Rusli mengenai proses keputusan pembelian, yaitu “Untuk meraih keberhasilan, pemasar harus melihat lebih jauh bermacam-macam faktor yang mempengaruhi pembelian dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen melakukan keputusan pembelian. Secara khusus, pemasar harus mengidentifikasi siapa yang membuat keputusan pembelian, jenis-jenis keputusan pembelian, dan

langkah-langkah dalam proses pembelian”. Selain itu definisi keputusan pembelian menurut Buchari Alma (2004:105) adalah “Bila konsumen mengambil keputusan, maka ia akan mempunyai serangkaian keputusan menyangkut, produk, merk, kualitas, model, waktu, harga, cara pembayaran, dan sebagainya. Kadang-kadang dalam pengambilan keputusan ini ada saja pihak lain yang memberi pengaruh terakhir, yang harus dipertimbangkan kembali, sehingga dapat merubah seketika keputusan semula”.

Saya memilih Judul Penelitian karena alasan-alasan yang dapat saya jelaskan sebagai berikut. Pertama, fenomena yang saya jadikan obyek penelitian serta variabel-variabel yang tercakup dalam asumsi terhadap fenomena merupakan obyek kajian bagi penerapan disiplin ilmu yang saya pelajari selama saya mengikuti Mata Kuliah Manajemen khususnya Ekonomi Mikro, Ekonomi Makro, Manajemen Pemasaran, Manajemen Pemasaran Eceran, Manajemen Penjualan, dan lainnya, karena obyek tersebut mencakup aspek-aspek atau hal-hal yang bisa dianggap sebagai obyek bagi penerapan disiplin ilmu yang saya pelajari, maka penelitian dengan judul yang saya pilih saya anggap relevan untuk mengaplikasikan fungsi keilmuan yang pelajari. Kedua, saya yakin konsep penelitian yang disusun dengan judul penelitian yang saya pilih dapat memberi manfaat yang optimal bagi penyelesaian tugas akhir studi, serta bermanfaat juga bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.

Berhubungan dengan hal tersebut, maka untuk mempelajari bagaimana pengaruh kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pelanggan yang tertuang dalam karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Alfa One (Survei pada mahasiswa STIE MUSI Palembang)”**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas maka masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah: **“Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian produk Air Minum Dalam Kemasan merek Alfa One?”**

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh keputusan pembelian mahasiswa STIE MUSI terhadap AMDK Alfa One yang ditinjau dari Kualitas Produk dan Saluran Distribusi.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Penulis**

Dapat memberikan tambahan dan memperluas ilmu pengetahuan mengenai ilmu pemasaran khususnya mengenai Kualitas Produk dan Saluran



Distribusi yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap Air Minum Dalam Kemasan khususnya merek Alfa One.

## **2. Bagi perusahaan yang menjalankan bisnis khususnya PT. Tirta Osmosis Sampurna sebagai distributor tunggal Alfa One**

Dapat memberikan masukan-masukan kepada pihak manajemen perusahaan dalam menentukan langkah yang tepat dalam pengembangan strategi pemasaran dalam hal kualitas dan distribusi agar dapat mempertahankan konsumen dan pangsa pasarnya sehingga menjadi perusahaan yang dapat bersaing dengan baik.

## **3. Bagi ilmu pengetahuan**

Dapat memberikan ide-ide bagi para peneliti-peneliti lain untuk melakukan penelitian kembali tentang kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian.

## **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai materi penulisan karya ilmiah ini, maka berikut ini adalah uraian pembahasan setiap bab:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini bertujuan menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

**BAB II            LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini membahas tentang pemasaran dan manajemen pemasaran, kualitas produk, saluran distribusi, keputusan pembelian dan variabel-variabel pendukungnya, kerangka teoritis dan hipotesis-hipotesis yang ada serta penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

**BAB III            METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, populasi dan teknik pengambilan data, sumber dan teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

**BAB IV            ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis data yang merupakan usaha untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, hasil analisis dalam pembahasan berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

**BAB V            SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab kelima ini berisikan tentang simpulan dari analisis yang dilakukan pada Bab IV dan saran bagi pihak yang berkepentingan.