BAB I

PENDAHULUAN

1.2. Latar Belakang Penelitian

Latar Belakang Air tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia yang merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia. Air merupakan zat kehidupan, di mana tidak ada satu pun makhluk hidup di bumi ini yang tidak membutuhkan air, mulai dari manusia, hewan dan tumbuh-tumbuhan membutuhkan air untuk kelanjutan kehidupan makhluk ciptaan tuhan. Dengan ketersediaan air yang cukup dalam tubuh manusia, maka organ tubuh akan dapat berfungsi dengan normal. Air yang baik dan layak untuk dikonsumsi adalah air bersih. Air harus bebas dari mikroorganisme penyebab penyakit dan bahan-bahan kimia yang dapat merugikan kesehatan manusia maupun makhluk hidup lainnya disebut juga dengan air bersih.

Penggunaan air yang sangat utama dan vital bagi kehidupan adalah sebagai air minum, hal ini karena untuk mencukupi kebutuhan air dalam tubuh manusia. Dalam sehari tubuh manusia perlu air putih minimal sebanyak 1,5 sampai 2 liter agar dapat memenuhi keseimbangan tubuh dalam metabolisme. Kehilangan air 15% dari berat badan dapat mengakibatkan kematian yang disebabkan oleh dehidrasi.

Air minum isi ulang adalah air yang berasal dari mata air yang sudah diolah, yang telah melewati tahapan dalam membersihkan kandungan airnya dari segala bakteri dan kuman tanpa harus dimasak terlebih dahulu (cara tradisional). Sedangkan air minum adalah air yang melalui proses pengolahan atau tanpa melalui proses pengolahan yang memenuhi syarat kesehatan agar dapat diminum.

Air minum yang mengandung persyaratan fisika, mikrobiologis, kimiawi, dan radioaktif yang dimuat dalam parameter tambahan merupkan air minum yang aman dikonsumsi bagi kesehatan tubuh manusia. Dengan sangat pentingnya air bagi kehidupan manusia dan didukung dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk, maka semakin meningkat pula jumlah kebutuhan terhadap air terutama konsumsi air minum dan dapat dipastikan peradapan manusia tidak dapat sampai titik ini jika tanpa adanya pengembangan sumber daya air yang konsisten.

Air minum sangat penting bagi kehidupan manusia. Oleh karena itu, pengolahan sumber daya air harus mendapatkan perhatian yang khusus. Meningkatnya kebutuhan air tersebut berarti juga meningkatkan permintaan air minum isi ulang yang juga dapat meningkatkan volume usaha Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU).

Peningkatan jumlah air minum isi ulang ini dipengaruhi oleh pentingnya penggunaan air minum itu sendiri dikehidupan sehari-hari. Meningkatnya volume usaha Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) menyababkan perusahaan bisnis di dalam persaingan usaha semakin ketat. Suatu perusahaan dituntut untuk menjaring pelanggan. Seperti di Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) jika perusahaan tersebut dapat menjaring pelanggan yang banyak, maka itu akan berdampak pada laba perusahaan yang besar pula. Pada dasarnya semakin banyak pesaing usaha pada DAMIU itu dapat mempermudahkan konsumen untuk memilih air minum mana yang sesuai dengan harapan para konsumen. Konsekuensi dari banyaknya DAMIU yang ada, konsumen harus lebih cermat dan pintar dalam memilih DAMIU mana yang dirasa lebih tepat yang mampu menjaga kebersihan akan air minumnya.

Dari wawancara peneliti dengan salah satu pemilik DAMIU yaitu di Depot Air Minum Isi Ulang Frand Weter Lempur Danau, kebanyakan masyarakat disekitarnya lebih memilih mengkonsumsi Air Minum Isi Ulang (AMIU), dari pada air minum galon asli. Perbandingan perjualan setiap harinya AIMU dapat terjual sekitar 70 sampai 100 galon perharinya,

Suatu perusahaan DAMIU harus mampu mendistribusikan air minum isi ulangnya agar dapat terjual seperti apa yang diinginkan, serta harus mampu mempertimbangkan faktor-faktor lain agar konsumen puas dengan DAMIU yang dipilihnya. Suatu Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) harus mampu mempertahankan citra perusahaannya atau mempertahankan kepercayaan konsumen, agar konsumen tetap melakukan pembelian di perusahaan tersebut, karena pada kegiatan keputusan pembelian konsumen terlibat langsung dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Keputusan pembelian yang asalnya dipengaruhi oleh Kualitas pelayanan, kebudayaan / kebiasaan atau kelomk acuan, lokasi usah dan sebagainya akan membentuk sikap pada diri individu untuk melakukan pembelian disebut dengan keputusan pembelian.

Dalam ilmu marketing, pola pengambilan keputusan pembelian yang banyak digunakan adalah pengambilan keputusan berdasarkan bauran pemasaran (product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence).

Keputusan pembelian ini sangat penting, oleh karena itu perusahaan perseorangan yang bergerak di bidang penjualan air minum isi ulang ini yaitu Frand Water Lempur Danau berupaya untuk menciptakan kesan yang baik bagi konsumen

agar konsumen dapat melakukan pembelian di depot air minum ini. Banyak hal yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh konsumen untuk melakukan pembelian air minum isi ulang di depot air minum Frand Water Lempur Danau ini salah satunya yaitu dari segi faktor Kualitas pelayana, kelompok acuan dan Lokasi yang ada di depot ini.

Menurut Agusty Ferdinand dikutip oleh Muhammad Rendria Dinawan salah satu faktor yang penting dalam pemasaran adalah Kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan.

Menurut Aria dan Atik (2018:16) kualitas Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Kualitas Pelayanan dmerupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik. Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu layanan yang telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya.

Selian Faktor kualitas pelayanan, Faktor kelompok acuan juga menjadi factor penting dalam membuat keputusan pembelian. Dalam perspektif pamasaran, Kelompok adalah orang disekeliling individu, baik secara langsung maupun tidak

langsung mempengaruhi sikap dan perilaku individu. Bisa teman, saudara, tetangga, artis, dan pimpinan perusahaan yang terkemuka.

Menurut M. Taufiq Amir, (2005, 50). Kelompok acuan adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah refrensi dalam membentuk respon afektif, kognitif, dan perilaku. Kelompok acuan akan memberikan standart dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Dalam perspektif pemasaran, kelompok acuan adalah kelompok yang berfungsi sebagai refrensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi.

Lokasi juga berpotensi menjadi factor dalam keputusan pembelian. Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Dalam konsep pemasaran terdapat istilah yang dikenal dengan marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat atau lokasi usaha. Dalam marketing mix ini lokasi usaha dapat juga disebut dengan saluran distribusi perusahaan karena lokasi juga berhubungan langsung dengan pembeli atau konsumen atau dengan kata lain lokasi juga merupakan tempat produsen menyalurkan produknya kepada konsumen.

Menurut Ma'ruf (2005:115) dalam Ilham (2016) lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran ritel. Pada lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama, oleh pramuniaga yang sama banyak dan terampil, dan sama-sama punya setting/ambience yang bagus. Dalam

contoh mudahnya, deretan toko di tepi jalan akan menerima kunjungan konsumen yang lebih banyak daripada toko di area dalam, toko di wilayah padat penduduk lebih mendapatkan pembeli yang lebih banyak daripada toko yang di daerah berpenduduk sedikit.

Berdasarkan uraian diatas penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Kualitas pelayanan, Kelompoak Acuan dan Lokasi terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang Frand Water Lempur Danau. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul " Pengaruh Kualitas pelayanan, Kelompok Acuan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang Frand Water Lempur Danau ".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang Frand water dan berapa besar pengarunhya?
2. Apakah Kelompok Acuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang farnd water dan berapa besar pengarunhya?
3. Apakah Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang Frand water dan berapa besar pengarunhya?
4. Apakah Kualitas pelayanan, Kelompok Acuan dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang Frand water dan berapa besar pengarunhya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk megetahui apakah Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang Frand water dan berapa besar pengarunhya?
2. Untuk megetahui apakah Kelompok Acuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang farnd water dan berapa besar pengarunhya?
3. Untuk megetahui apakah Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang Frand water dan berapa besar pengarunhya?
4. Untuk megetahui apakah Kualitas pelayanan, Kelompok Acuan dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang Frand water dan berapa besar pengarunhya ?

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Manfaat penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

   Manfaat di bidang teoritis yaitu menjadi salah satu cara mengembangkan, membantah, serta mendukung teori-teori yang telah diperoleh selama kuliah di perguruan tinggi. Penelitian ini dapat memperkaya bidang kajian

terutama bidang pemasaran dalam lembagabisnis baik skala mikro, kecil, menengah, maupun besar.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Lembaga Bisnis Bagi depot air minum isi ulang, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Adanya evaluasi dan perbaikan dilakukan untuk mengambangkan perusahaan terutama dalam bidang pemasaran agar konsumen melakukan pembelian ulang sehingga akan diperoleh keuntungan yang brsifat jangka panjang.

   b. Bagi sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci Penelitian ini dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang, sehinggan dapat memberikan wawasan, pengetahuan, informasi, dan bahan pembanding bagi peneliti lain atau peneliti selanjutnya tentang keputusan pembelian air minum isi ulang.

   c. Bagi Peneliti Manfaat penelitian ini bagi penulis yaitu dapat mengembangkan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama perkuliahan, dapat memperluas wawasan dan menambah referensi, dapat memberikan informasi dan pengetahuan penulis tentang alasan dan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian air minum isi ulang.