

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

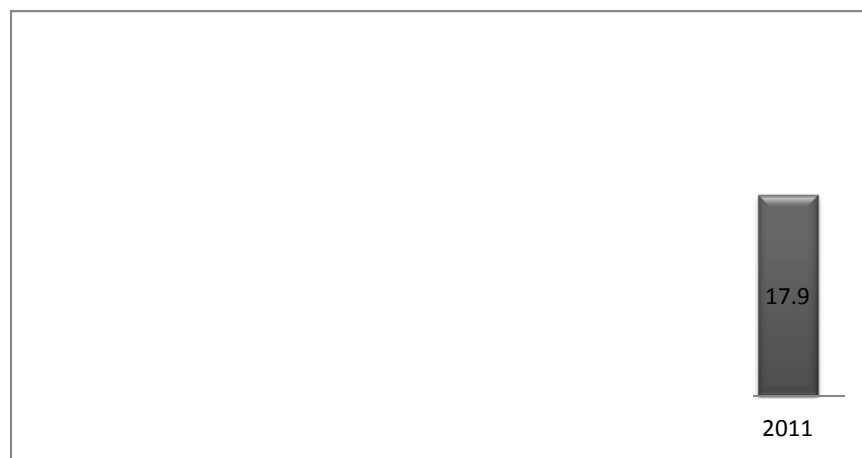
Faktor penentu suatu bisnis menjadi berkembang adalah konsumen. Oleh karena itu konsumen harus kita jaga dan kita pertahankan jika perusahaan ingin berkembang pesat. Apabila satu konsumen merasa kurang puas terhadap barang yang kita tawarkan maka akan berdampak kepada konsumen yang lain. Sebaliknya, jika konsumen kita merasa puas dengan barang kita maka akan berpengaruh pula pada konsumen yang lainnya. Banyaknya kegiatan dan kebutuhan sehari-hari konsumen pada saat ini membuat para produsen berfikir untuk memproduksi air mineral dengan kemasan botol yang mudah dan praktis dibawa kemana saja untuk terhindar dari dehidrasi seperti air minum merek *AQUA*. Dengan segala keunggulannya, *AQUA* mampu bersaing dengan merek – merek lainnya dan dapat memimpin pasar di Indonesia. Apapun mereknya air mineral tersebut pasti selalu disebut *AQUA*.

AQUA adalah anugrah dari alam dengan segala kemurnian dan kandungan mineral yang terpelihara. Segala kebaikan alam ada disetiap tetes *AQUA*. *AQUA* pertama kali didirikan oleh Tirta Utomo kelahiran Wonosobo 9 Maret 1930. Tirta Utomo ini mendirikan industri air minum dalam kemasan di Indonesia melalui PT. Golden Mississippi pada tanggal 23 Februari 1973. Produk pertamanya saat itu adalah botol kaca 950 ml dan disusul galon masih terbuat dari kaca. Pada tahun 1984, Pabrik *AQUA* kedua didirikan di Pandaan Jawa Timur.

Pada tahun 1995, *AQUA* menjadi pabrik air mineral yang pertama yang menerapkan sistem produksi in line di pabrik Mekarsari, pada tanggal 4 September 1998 penyatuan *AQUA* dan grup *Danone*, tahun 2000 *AQUA* meluncurkan produk berlabel *Danone-AQUA*, 2001 *Danone* meningkatkan kepemilikan saham PT. TirtaInvestama dari 40% menjadi 74% sehingga *Danone* kemudian menjadi pemegang saham mayoritas *AQUA* grup. *AQUA* menghadirkan kemasan botol kaca baru 380 ml pada 1 November 2001, tahun 2004 peluncuran logo baru *AQUA*, 2009 *Danone* akan mulai membuat pabrik baru di Cianjur.

Pada dasarnya harga suatu barang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga perbotol *AQUA* ukuran 950 ml pada tahun 1974 adalah Rp.74,- dan pada saat ini harga *AQUA* botol ukuran 600 ml adalah Rp.2000,- untuk harga relatif murah bagi masyarakat, sehingga masyarakat mendapatkan harga murah, memenuhi kebutuhan, dan puas terhadap produk *AQUA*.

Gambar 1.1
Volume Produksi AMDK Tahun 2005-2011



Sumber: Asosiasi Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Indonesia (ASPADIN), 2012

Industri AMDK sudah ada pada tahun 1973 dengan berdirinya PT Aqua Golden Mississippi yang memproduksi enam juta liter. Pada tahun 2011 diperkirakan terdapat lebih dari 1.500 merek dengan total volume 17,9 milyar liter per tahun (ASPADIN, 2012).

Pada Industri AMDK menunjukkan pertumbuhan rata-rata kenaikan pertahun 11% - 12%, yang lebih cepat dari pertumbuhan ekonomi nasional yaitu 6,4% pada triwulan I tahun 2011 (BPS, 2012).

Tanjung Priok Jakarta Utara ada penjual besar bernama Ming kekurangan pasokan air galon hingga 50% dan tidak menaikkan harga jual dari air kemasan galon. Harga jual galon merek *AQUA* adalah sebesar Rp. 12.500/galon. Harga jual ini tetap dan tidak berubah paska lebaran walaupun pasokan air galon langka. Dari sisi harga penjualan memang tidak ada perubahan, tetapi pasokan jelas sangat berkurang hingga 50%. Sementara di tingkat pengecer harga jual air kemasan galon *AQUA* adalah Rp. 14.000-15.000/galon ini adalah harga yang wajar karena dari pihak agen harga jual air galon Rp.12.000. Harga jual masih normal walaupun pasokan berkurang 50%. Disini sudah jelas bahwa pihak *AQUA* memberikan harga yang relatif murah, dan normal kepada pelanggan *AQUA* meski langka. Dengan harga yang relatif cukup murah *AQUA* juga tetap menjaga kualitas dari air minum tersebut.

Sumber: <http://finance.detik.com/> (12/10/2012)

Nilai manfaat adalah nilai dari suatu barang yang memiliki manfaat pada orang yang sedang membutuhkan barang tersebut dan manfaat tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Air itu sendiri punya berbagai manfaat misalnya, membersihkan dan menyegarkan tubuh, membantu menghilangkan zat racun

dalam tubuh, menenangkan, merangsang sirkulasi darah. *AQUA* sendiri juga memiliki manfaat yang sangat banyak. Marketing Manager *Danone AQUA*, Intan Ayu Kartika menyampaikan bahwa kita dapat hidup sehat bisa diawali dengan minum air putih sebanyak 2L sehari, dengan slogan ‘mulai hidup sehat dari sekarang’.

Sumber: <http://www.foodreview.biz/> (28/03/2013)

Disini *AQUA* menghadirkan segala manfaat kebaikan alam yang dikemas dalam desain botol indah merefleksikan gaya hidup sehat dalam kedinamisan kehidupan modern. Sehingga banyak manfaat yang dapat diperoleh konsumen dan pelanggan dari air minum merek *AQUA*.

Sumber : <http://www.aqua.com/> (28/03/2013)

Berbicara tentang kualitas, kualitas itu sendiri dapat didefinisikan sebagai “karakteristik produk atau jasa yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan” (Kotler & Armstrong, 2009 dalam jurnal Mukhtar Ahmed 2011). Disini para ahli *AQUA* bekerja sama dengan pakar dari luar *AQUA* untuk memberikan kualitas yang terbaik dengan melakukan tiga pendekatan, yaitu melakukan seleksi, memastikan terjaga seutuhnya dan melestarikan. Pendekatan pertama, seleksi dilakukan untuk memilih sumber air terpilih. Pendekatan kedua, terjaga seutuhnya dibuktikan dengan adanya sistem terpadu di semua pabrik *AQUA*, dan serangkaian upaya pelestarian disekitar sumber air. Sedangkan pelestarian lingkungan disekitar sumber air.

Sumber: <http://health.kompas.com/> (26/08/2011)

Kualitas dari *AQUA* itu sendiri, *AQUA* berasal dari 100% air pegunungan yang mengalir sendiri tanpa dipompa, sehingga begitu jernih dan mengandung komposisi mineral seimbang. Proses pemilihan mata air dilakukan dengan proses teliti dan sangat hati-hati dengan melalui serangkaian uji geologi, fisika, kimia dan mikrobiologi. Daerah perlindungan air di sekitar sumber air tersebut juga selalu dijaga kelestariannya. *AQUA* diproses dengan teknologi tinggi dan penuh kontrol kualitas di setiap titik. Ruang produksi dan mesin-mesin senantiasa disanitasi secara rutin. *AQUA* menerapkan *inline system*, sebuah sistem produksi yang berkesinambungan tanpa terputus mulai dari pemrosesan air hingga pemasangan tutup dan segel dengan seminimal mungkin sentuhan dari tangan manusia. Selain itu, tersedia laboratorium dengan peralatan terbaru di setiap pabrik yang akan mengontrol kualitas produk yang dihasilkan. Dengan adanya pemrosesan yang berteknologi tinggi dan laboratorium dengan peralatan lengkap, air tereksogen dari bakteri patogen penyebab penyakit. *AQUA* selalu memperlihatkan kualitas produk, mulai dari pemilihan sumber, pemrosesan sampai dengan penanganan produk. Ada standar penyimpangan dan penanganan produk. Ada standar penyimpanan dan penanganan produk yang harus ditetapkan untuk tetap menjaga kualitas *AQUA* sampai ditangan konsumen. Proses kontrol kualitas inilah yang paling membedakan *AQUA* dengan air minum yang lain. Standar kualitas *AQUA* sudah memenuhi standar nasional (SNI) maupun internasional (WHO) sehingga tidak perlu diragukan lagi kualitasnya. *AQUA* peduli dengan kesehatan dimasa kini dan masa depan dengan melakukan berbagai

program *AQUA* untuk keluarga Sehat Indonesia (AKSI), *AQUA Quality Commitment* (AQC) dan *AQUA* untuk Anak Indonesia (AuAI).

Sumber : <http://www.aqua.com/> (27/03/2013)

Selanjutnya membahas tentang kepuasan pelanggan yaitu “kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana suatu produk dapat dirasakan kinerjanya sesuai harapan pembeli” (Kotler, Armstrong, Agnihotri dan Haque, 2010 dalam jurnal Mukhtar Ahmed *et al.*, 2011). Para konsumen dan pelanggan setia *AQUA* merasa sangat puas terhadap harga, nilai manfaat yang diberikan *AQUA*, kualitas air minum yang sangat memperhatikan sumber air pilihan. Beberapa faktor yang membuat pelanggan puas terhadap *AQUA*, yaitu karena kebutuhan akan air minum terpenuhi karena adanya AMDK yang praktis untuk dibawa, *AQUA* sejak didirikannya memberikan kepercayaan untuk meyakinkan konsumen jika air minum merek *AQUA* ini sangat berkualitas, siapa yang tidak kenal merek *AQUA* dimanapun orang membeli air minum (AMDK) selalu menyebut *AQUA* meski mereknya bukan *AQUA*. Dibenak konsumen sudah melekat merek *AQUA*, sampai generasi ke generasi berikutnya selalu mengenalkan air minum (AMDK) merek *AQUA* ke keluarga, ke saudara dan teman.

Dengan adanya pernyataan tersebut peneliti akan melakukan pengkajian terhadap kepuasan pelanggan. Pada latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul “PENGARUH HARGA, NILAI MANFAAT DAN KUALITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MEREK *AQUA* DI SURABAYA”

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah harga, nilai manfaat, kualitas secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan AMDK merek *AQUA* di Surabaya?
2. Apakah harga, nilai manfaat, kualitas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan AMDK merek *AQUA* di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah harga, nilai manfaat, kualitas secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan AMDK merek *AQUA* di Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah harga, nilai manfaat, kualitas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan AMDK merek *AQUA* di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang telah dimiliki selama dibangku kuliah. Menerapkan teori yang telah didapat dari perkuliahan dan untuk menambah pengetahuan mengenai hubungan antara, harga, nilai manfaat, kualitas terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk air minum merek *AQUA* di Surabaya.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sumber informasi kepada pembaca yang ingin mengetahui tentang hubungan antara harga, nilai

manfaat, kualitas, terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk air minum merek *AQUA* di Surabaya.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi peneliti lain yang meneliti variabel yang sama. Mengetahui hubungan antara harga, nilai manfaat, kualitas terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk air minum merek *AQUA* di Surabaya.

4. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, diharapkan penelitian ini dapat menambah acuan dan kepustakaan di STIE Perbanas Surabaya dan kelak jika ada penelitian yang membahas tentang hubungan antara harga, nilai manfaat, kualitas terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk air minum merek *AQUA*.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi dalam garis besar sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan secara umum materi-materi yang akan dibahas, yaitu: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang prosedur penelitian yang terdiri dari identifikasi variabel, definisi operasional, penetapan populasi, dan pemilihan sampel, dan metode pengumpulan data, metode analisis data dan teknik pengujian hipotesis.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini di jelaskan gambaran subyek penelitian, tabulasi dan analisis deskriptif, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini akan ada penjelasan tentang hasil penelitian yaitu kesimpulan. Selanjutnya menjelaskan mengenai keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.