

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin bertambahnya tahun, kebutuhan manusia terhadap air semakin bertambah jumlah pemakaiannya. Hal ini juga menyebabkan kebutuhan terhadap air minum yang layak juga turut meningkat. Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) oleh Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat adanya peningkatan rumah tangga yang memiliki akses terhadap sumber air minum layak di Indonesia. Pada tahun 2012 hanya 65,05% rumah tangga memiliki akses terhadap sumber air minum layak. Pada 2014, sebanyak 68,11 % rumah tangga punya akses tersebut, angka ini naik lagi di tahun 2017 menjadi 72,04 % (www.tirto.id).

Namun semakin bertambahnya pemakaian air minum yang layak ini, juga berdampak dengan turunnya kualitas air minum rumah tangga yang layak. Hal ini disebabkan oleh semakin terbatasnya lahan terbuka hijau, khususnya di daerah perkotaan. Sehingga air bersih layak konsumsi semakin sulit diperoleh. Selain itu, kualitas air tanah ataupun sungai kurang memenuhi syarat sebagai air minum yang sehat, bahkan tidak layak minum di beberapa daerah (www.tirto.id). Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, menyatakan bahwa pada tahun 2014 mutu sungai Indonesia mengalami penurunan, mayoritas sungai berstatus cemar berat. Pada 2014 sebanyak 29,03 % sungai berstatus cemar sedang dan 58,06 % sungai tercemar berat. Kemudian pada tahun 2016 mutu sungai kembali mengalami penurunan dengan angka 55,88 % sungai berstatus cemar berat dan sebanyak 23,5 % berstatus cemar sedang (www.tirto.id). Karena hal ini lah sumber air minum masyarakat

semakin sulit untuk ditemukan, karena semakin menurunnya kualitas air sungai-sungai di Indonesia.

Maka dari pengetahuan inilah masyarakat mulai sadar dengan pentingnya menjaga kesehatan dengan mengonsumsi air minum yang berkualitas yakni dengan mengonsumsi air minum dalam kemasan sebagai sumber air minum yang layak. Karena masyarakat percaya dengan pengolahan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) melalui proses yang higienis dan layak untuk dikonsumsi. Dalam pemroduksian dan penyediaan air minum dalam kemasan yang layak untuk di konsumsi, Menteri Perindustrian Republik Indonesia, Nomer 11/M-IND/PER/3/2017, tentang Pemberlakuan Standar Nasional Indonesia Air Mineral, Air Demineral, Air Mineral Alami, dan Air Minum Embun Secara Wajib, menetapkan bahwa Air Minum Dalam Kemasan, yang selanjutnya disingkat AMDK, adalah air yang telah diproses tanpa bahan pangan lainnya dan bahan tambahan pangan, dikemas, dan aman untuk diminum. Dari keputusan pemerintah, dapat dikatakan bahwa air minum dalam kemasan harus didapat dari proses yang aman untuk menghindarkan dari resiko yang baru bagi tubuh saat atau setelah dikonsumsi.

Kemudian hal ini ditambahkan oleh, Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI) bisa memastikan AMDK yang beredar di Indonesia telah memenuhi standar yang berlaku, yang berlaku secara internasional dan Standar Nasional Indonesia (SNI). BPOM selalu melakukan pengawasan sesuai standar-standar yang telah ditetapkan dengan melakukan pengkajian dan pengawasan sebelum diedarkan dan saat di edarkan. Produk yang tidak memenuhi SNI akan dilakukan tindakan (www.bangka.tribunnews.com).

Hal ini juga ditegaskan melalui website resmi Badan POM di poin empat menyatakan, BPOM RI mengimbuu agar konsumen tetap tenang karena keamanan, mutu dan gizi produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang beredar di Indonesia sudah diatur dalam SNI AMDK (Wajib SNI) dan Peraturan Kepala Badan POM, yang standarnya sejalan dengan standar internasional yang ditetapkan dalam Codex. BPOM RI terus melakukan pengawasan *pre-market* dan *post market* terhadap keamanan, mutu, dan gizi produk pangan sesuai dengan standar berlaku (www.pom.go.id).

Karena masyarakat mengetahui kelayakan AMDK untuk di konsumsi, hal ini membuat jumlah konsumsi AMDK setiap tahunnya mengalami peningkatan. Menurut data Asosiasi Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Indonesia (ASPADIN) dalam jurnal Fortuna (2018), kebutuhan air minum dalam kemasan secara nasional terus meningkat setiap tahunnya. ASPADIN menyatakan volume penjualan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di Indonesia pada tahun 2013 sebesar 20,3 miliar liter, 21,34 miliar liter pada tahun 2014, 23,9 miliar liter pada tahun 2015, 26,53 miliar liter pada tahun 2016 dan kemudian naik menjadi 28,13 miliar liter pada tahun 2017. Semakin banyaknya konsumsi AMDK hal ini juga menciptakan sebuah persaingan dalam industri AMDK. Dimana ASPADIN mengemukakan bahwa pada tahun 2017 anggota yang tergabung dalam asosiasi ini sebanyak 201 perusahaan dari sekitar 700 industri air kemasan (www.aspadin.com).

Persaingan industri AMDK ini semakin ketat untuk bersaing menarik minat beli masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Salah satu produk yang memberikan kontribusi untuk memenuhi kebutuhan air minum yang layak yakni Le Minerale. Selain memberikan kontribusi untuk masyarakat, Le

Minerale juga memberikan kontribusi yang baik bagi perusahaan sejak kemunculannya pada tahun 2015.

Dapat di ketahui dari Indonesia Consumer Profile, 2017, MARS Indonesia dalam jurnal Fortuna (2018), prosentase Le Minerale terus bersaing terhadap produk yang sudah lama hadir, yakni 18%, kemudian produk AQUA dengan 60%, 10% untuk produk Club, 10% Ades, 8% Vit, dan 3% Prima. Dari prosentase tersebut menunjukkan Le Minerale mampu bersaing dan meningkatkan penjualannya sejak awal kemunculannya. Selain pemasaran Le Minerale yang memberikan kontribusi yang positif bagi perusahaan. Produk Le Minerale juga memberikan manfaat yang positif bagi para konsumen.

Le Minerale merupakan bagian dari produk AMDK di Indonesia yang juga memberikan pelayanan berupa penyediaan air minum dalam kemasan yang memiliki kualitas yang layak untuk di konsumsi. Kualitas produk sudah menjadi sebuah pilihan bagi konsumen untuk memutuskan membeli sebuah produk, terlebih lagi produk ini berhubungan dengan kebutuhan konsumen untuk mendapatkan air minum yang layak konsumsi. Kotler dan Armstrong (2008) dalam Afriana dkk, (2017) menyatakan bahwa produk merupakan elemen kunci dalam pemasaran, bagi pelanggan salah satu penilaian penawaran adalah keistimewaan dan kualitas produk. Dapat di ketahui bahwa air mineral dalam kemasan yang memiliki kualitas dan manfaat yang baik bagi tubuh dapat menarik daya beli konsumen. Assauri (2015:201) menyatakan bahwa di samping wujud fisik dan perluasannya, suatu produk juga dilihat dari manfaat atau kegunaannya secara menyeluruh, yang sifatnya merupakan jawaban pemecahan masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Selain kualitas produk, harga yang diberikan perusahaan dalam sebuah produk juga menentukan konsumen dalam memutuskan untuk membeli, yakni harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan air minum dalam kemasan akan menarik konsumen. Lupiyoadi (2001) dalam Ghanimata (2012) menyatakan bahwa strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi *image* produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Dalam kehidupan masyarakat harga yang terjangkau menjadi salah satu pilihan konsumen untuk memutuskan pembelian. Menurut Tjiptono dan Anastasia (2016:226) preferensi pelanggan dapat dipengaruhi oleh metode penetapan harga berbasis permintaan, permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan, di antaranya, daya beli konsumen, kesediaan konsumen untuk membeli, dan manfaat produk bagi konsumen.

Selain faktor kualitas produk dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian, gaya hidup masyarakat juga mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller (2017:222) bahwa Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, salah satunya yakni gaya hidup pembeli. Gaya hidup masyarakat yang semakin hari semakin perhatian terhadap kesehatannya membuat hal ini membentuk sebuah gaya hidup sehat bagi masyarakat. Seperti yang diungkapkan Setiadi (2015:83) perubahan gaya hidup ini membawa implikasi pada perubahan selera, kebiasaan dan perilaku pembelian. Masyarakat dulunya bergantung dengan sumber air rumah tangga, namun saat ini masyarakat tidak selamanya bergantung dengan sumber air tersebut, karena mengetahui kondisi sumber air rumah tangga yang setiap tahun kualitasnya mengalami penurunan. Sehingga

masyarakat lebih percaya dengan mengkonsumsi air minum dalam kemasan, karena kualitasnya yang terjamin. Mowen (2002) dalam Pangestu dan Suryoko (2016) menyebutkan gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang.

Seperti halnya Mahasiswa Pendidikan Jasmani (Penjas) Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, yang merupakan salah satu kelompok dari masyarakat yang menerapkan gaya hidup sehat, dikarenakan mereka dalam aktivitas kesehariannya melakukan kegiatan berolah raga dalam kapasitas yang lebih dari masyarakat umumnya. Karena hal ini sudah menjadi kewajiban mereka dalam menempuh pendidikan, sehingga kandungan dalam air mineral dalam AMDK sangat penting bagi Mahasiswa Penjas agar mampu menjalankan segala aktivitasnya dengan baik.

Kandungan air mineral tersebut antara lain, bikarbonat (HCO_3^-) yang berperan untuk menjaga keseimbangan asam dan basa dalam tubuh, kalsium yang berfungsi untuk memelihara kekuatan tulang dan kesehatan kulit, magnesium yang berguna untuk meningkatkan kesehatan jantung, sodium untuk membantu mengatur cairan dalam darah dan jaringan tubuh, serta potasium yang berkhasiat untuk membantu fungsi otot dan saraf (www.liminerale.com).

Sehingga berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Le Minerale (Studi Kasus Pada Mahasiswa Penjas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan Le Minerale pada Mahasiswa Penjas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan Le Minerale pada Mahasiswa Penjas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya ?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan Le Minerale pada Mahasiswa Penjas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya ?
4. Apakah kualitas produk, harga dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan Le Minerale pada Mahasiswa Penjas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan Le Minerale pada Mahasiswa Penjas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan Le Minerale pada Mahasiswa Penjas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan Le

Minerale pada Mahasiswa Penjas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan Le Minerale pada Mahasiswa Penjas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian khususnya terhadap produk air minum dalam kemasan Le Minerale.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa wawasan dan menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya.

b. Bagi Akademik / Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan, sehingga meningkatkan pengetahuan mengenai kualitas produk, harga dan gaya hidup yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian air minum dalam kemasan.

c. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi atau bahan masukan yang berguna untuk perusahaan air minum dalam kemasan di Indonesia.