

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena yang menarik dewasa ini adalah adanya pergeseran gaya hidup manusia Indonesia, khususnya kaum muda yang mungkin lebih menyukai untuk bepergian ke pusat-pusat perbelanjaan atau pun menghabiskan waktu bersama dengan teman-teman mereka. Sehingga, akan lebih intens untuk membeli makanan dan minuman di luar rumah dan berujung pada peningkatan persaingan dunia usaha yang semakin ketat antara produsen satu dengan yang lainnya.

Air minum kemasan lebih diminati oleh masyarakat Indonesia mungkin disebabkan oleh karena minuman kemasan dianggap lebih *simple* dan sesuai dengan perkembangan zaman, terutama bagi kalangan remaja. Selain itu, budaya serba instan sudah semakin melekat pada masyarakat Indonesia. Sehingga, menginginkan segala sesuatu dengan cepat ditengah kesibukan yang semakin padat adalah sesuatu yang harus dilakukan. Oleh karena itu, pengusaha air minum kemasan seharusnya memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen agar berujung pada peningkatan laba perusahaan yang signifikan.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kemasan produk. Setiap konsumen yang membeli suatu produk kemungkinan selalu menginginkan untuk membeli produk dengan kemasan yang baik atau

kemasan yang tidak rusak, termasuk ketika membeli air mineral. Akan tetapi, tidak semua air mineral disajikan dengan kemasan produk terbaik mereka oleh perusahaan, sehingga menyebabkan menurunnya keputusan pembelian air mineral dalam kemasan, seperti yang terjadi pada air mineral produk Aqua.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta, mengatakan bahwa kemasan produk Aqua tidak baik. Hal ini terjadi disebabkan oleh karena terdapat cacat pada botol atau kemasannya, sehingga berujung pada berkurangnya keputusan pembelian pada konsumen tersebut.

Kemudian, seperti dilansir dari artikel *online* bahwa terdapat pelanggan yang membeli Aqua Botol (plastik) berukuran 600 ml dan ketika dibalik botolnya terdapat lobang di bagian bawah botol, seperti lobang *bekas* ditutup lem semacam *power glue*. Kemudian, pelanggan langsung mengembalikannya dan minta ditukar, ternyata hampir keseluruhan botol aqua nya seperti itu¹. Oleh karena permasalahan tersebut menyebabkan kurangnya keputusan pembelian produk Aqua tersebut.

Faktor ke dua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Perusahaan tentunya selalu menginginkan untuk menyediakan kualitas produk terbaik bagi konsumen mereka, sebab jika hal ini tidak terjadi, maka dengan mudahnya konsumen beralih ke produk

¹ <http://arsip.mediakonsumen.com/Artikel4554.html#popup>. Diakses tanggal : 29 April 2016.

pesaing. Seperti yang terjadi pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta diketahui bahwa kualitas produk Aqua kurang memuaskan. Hal ini disebabkan oleh karena terdapat rasa pahit pada air mineral produk Aqua, sehingga menimbulkan rasa kurang menyenangkan di indera pengecap atau lidah mahasiswa tersebut, yang pada akhirnya menyebabkan berkurangnya keputusan pembelian pada mahasiswa tersebut.

Kemudian, seperti dilansir dari artikel *online* bahwa pelanggan kecewa dengan kualitas produk dari air mineral produk aqua. Hal ini terjadi disebabkan oleh karena setelah pelanggan tersebut membeli dan meminum air mineral produk aqua, beliau muntah-muntah akibat dari airnya terasa pahit, anyir dan gatal dilidah. Setelah diperiksa, air minum yang kemasannya masih utuh ditemukan gumpalan yang berbentuk gel warnanya transparan dan ada bintik-bintik, seperti jamur². Oleh karena permasalahan tersebut menyebabkan rendahnya keputusan pembelian pada produk tersebut.

Faktor ke tiga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Bagi masyarakat menengah ke bawah, harga adalah salah satu aspek yang mungkin dilihat ketika ingin melakukan pembelian suatu produk atau

²<http://koransuarakyat.com/article/102512/hatihati-minum-air-mineral-merk-aqua-bisa-mulesmules-sakit-perut.html>. Diakses tanggal : 29 April 2016.

jasa. Jika harga yang ditawarkan oleh produsen terbilang mahal, maka ini mungkin akan menyebabkan rendahnya keputusan pembelian.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta, diketahui bahwa harga aqua agak sedikit mahal, sehingga menyebabkan sedikit menurunnya keputusan pembelian produk tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu, kemasan produk, kualitas produk dan harga.

Berdasarkan kompleksnya masalah-masalah yang telah dipaparkan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai hal-hal tersebut.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Kemasan produk yang kurang baik
2. Rendahnya kualitas produk
3. Harga yang agak sedikit mahal

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah keputusan pembelian konsumen merupakan masalah yang

kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkup yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian”.

D. Perumusan Masalah

Dari pembatasan masalah yang telah diuraikan, maka perumusan masalah adalah sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara harga dengan keputusan pembelian?”

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, yakni ketika menjadi seorang wirausaha ataupun bekerja di suatu perusahaan. Selain itu penelitian ini akan menambah wawasan, serta pengetahuan peneliti mengenai hubungan harga dengan keputusan pembelian.

2. Mahasiswa

Sebagai bahan referensi dalam penulisan skripsi, baik dari segi teknik penulisan, isi yang dipaparkan ataupun hal-hal lain yang terdapat dalam skripsi ini. Sehingga mahasiswa dapat membuat skripsi yang lebih baik dimasa yang akan datang.

3. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, serta dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya mengenai hubungan antara harga dengan keputusan pembelian.

4. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga suatu produk atau jasa. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong keputusan pembelian konsumen.

5. Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan dalam membuat suatu kebijakan, terutama dalam hal-hal yang akan memengaruhi biaya produksi suatu usaha. Mengingat bahwa biaya produksi akan mempengaruhi harga jual suatu barang ataupun jasa dan hal ini akan berpengaruh pula pada keputusan pembelian konsumen.