

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan bisnis saat ini berjalan dengan pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini yang menuntut produsen untuk lebih peka, kritis dan reaktif terhadap perubahan yang ada baik politik, ekonomi, sosial dan budaya. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya, maka akan memberikan masukan penting bagi pelaku bisnis untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Peran kualitas produk sangat menentukan keinginan konsumen tersebut sehingga dengan kualitas produk yang baik akan tercapai suatu kepuasan.

Kualitas pelayanan juga merupakan indikator penting dalam pemasaran guna mempertahankan konsumen. Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2008).

Selain kualitas pelayanan, keterjangkauan harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Keterjangkauan harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana indikator tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula (Fandy Tjiptono, 2008).

Usaha yang bergerak di bidang jasa juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat usaha tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang terjangkau dan nyaman akan lebih menguntungkan pemilik usaha. Tjiptono (2016), mengemukakan bahwa lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Salah satu fenomena bisnis yang sedang menjamur saat ini adalah bisnis air minum isi ulang, bisa kita ketahui air merupakan golongan kebutuhan primer (utama) dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Salah satu diantaranya adalah air sebagai air minum yang dikonsumsi setiap hari baik itu air minum yang dapat diminum secara langsung maupun yang harus dimasak terlebih dahulu. Karena

tubuh manusia terdiri dari sekitar 70% air maka dari semua hal yang diperlukan dalam pemenuhan kebutuhan manusia air dikategorikan sebagai kebutuhan pokok yang harus dipenuhi sebelum memenuhi kebutuhan lainnya. Oleh karena itu tak heran apabila banyak kelompok usaha ataupun perorangan menjadikan air minum sebagai peluang bisnis.

Dengan semakin banyaknya bisnis air minum isi ulang yang muncul maka persaingan menjadi ketat, untuk dapat memenangkan persaingan agar tidak ditinggalkan pelanggan. Dalam persaingan bisnis air minum isi ulang kualitas produk, pelayanan, harga dan lokasi harus dipertahankan oleh para pengusaha agar tidak kalah dengan pesaingnya (Winahyu, 2012).

Berikut data jumlah pembeli dan jumlah pembelian ulang produk air minum isi ulang di depot air minum isi ulang PritaQua Semarang dalam setahun terakhir:

**TABEL 1**

**DATA JUMLAH PEMBELI AIR MINUM ISI ULANG DEPOT AIR  
MINUM ISI ULANG PRITAQUA SEMARANG**

**MEI 2020 - APRIL 2021**

| <b>No.</b> | <b>Bulan</b> | <b>Jumlah Pembeli</b> |
|------------|--------------|-----------------------|
| 1          | Mei          | 160                   |
| 2          | Juni         | 155                   |
| 3          | Juli         | 157                   |
| 4          | Agustus      | 153                   |
| 5          | September    | 159                   |
| 6          | Oktober      | 156                   |
| 7          | November     | 153                   |
| 8          | Desember     | 154                   |
| 9          | Januari      | 157                   |
| 10         | Februari     | 155                   |
| 11         | Maret        | 156                   |
| 12         | April        | 156                   |

Sumber : Depot Air Minum Isi Ulang PritaQua Semarang

Dari tabel diatas diketahui bahwa mulai bulan September 2020 sampai dengan bulan April 2021 jumlah pembelian ulang air minum isi ulang di Depot Air Minum Isi Ulang PritaQua Semarang cenderung mengalami penurunan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari Isnaini Sholikhah, Unna Ria Safitri dan A. Fidhdiarr Ariestanto. Perbedaan terletak pada variabel dan tahun penelitian. Penelitian ini menambah satu variabel yaitu kualitas produk. Penelitian

ini dimotivasi oleh beberapa alasan yaitu, pertama adalah jumlah pembelian air minum isi ulang di Depot Air Minum Isi Ulang PritaQua Semarang cenderung mengalami penurunan. Kedua, beberapa penelitian sebelumnya terjadi perbedaan hasil penelitian (*research gap*). Menurut Lina Sari Situmeang (2017) lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun, beberapa penelitian yang dilakukan Isnaini Sholikhah<sup>1</sup>, Unna Ria Safitri<sup>2</sup>, A.Fidhdiarr Ariestanto (2019) dan Agung Tri Putranto (2019) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Keterjangkauan Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Depot Air Minum Isi Ulang PritaQua Semarang)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa terjadi penurunan jumlah pembelian. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, keterjangkauan harga dan lokasi. Mengacu pada uraian diatas maka pertanyaan penelitiannya yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen air minum isi ulang pada depot air minum isi ulang PritaQua Semarang?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen air minum isi ulang pada depot air minum isi ulang PritaQua Semarang?
3. Apakah keterjangkauan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen air minum isi ulang pada depot air minum isi ulang PritaQua Semarang?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen air minum isi ulang pada depot air minum isi ulang PritaQua Semarang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang terjadi diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen air minum isi ulang pada depot air minum isi ulang PritaQua Semarang.
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen air minum isi ulang pada depot air minum isi ulang PritaQua Semarang.
3. Untuk mengetahui keterjangkauan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen air minum isi ulang pada depot air minum isi ulang PritaQua Semarang.
4. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen air minum isi ulang pada depot air minum isi ulang PritaQua Semarang

## DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, Hastuti, Yulia. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, Vol 9, No 1. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase Langsa.
- Andalusi, Ratih. 2018. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Pengunjung Laboratorium (Studi Kasus Pada PT. Laborindo Sarana Jakarta)*”. Jurnal Madani. Vol. 1 No. 2.
- Atmaja, Sri Nitta Crissiana Wirya. 2019. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Program Pasca Sarjana di Universitas Pamulang*. Jurnal Skripsi Universitas Pamulang.
- Dharmmesta dan Irawan, 2015. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi II, Liberty, Yogyakarta.
- Firdiyansyah, Indra. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam*. UP2M Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo Batam.
- Ghozali, Imam, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. BPF.

Kotler, Amstrong. 2016. "*Prinsip-prinsip Pemasaran*". Edisi Kedua Belas. Jilid 1. Jakarta. Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Maslikhatul, Aulia dan Imam Hidayat. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran D'Java Steak Purwokerto*. Jurnal Skripsi Universitas IAIN Purwokerto.

Pane, Ahmad Mansyur. 2017. Pane, Ahmad Mansyur. (2007). *Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di zona futsal*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Putranto, Agung Tri. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Convenience Store 7-Eleven*. Jurnal Skripsi Universitas Pamulang.

Sholikah, Isnaini, Unna Ria Safitri dan A. Fidhdiar Ariestanto. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Paras Snack di Kabupaten Boyolali)*. Jurnal Skripsi Universitas Boyolali.

Situmeang, Lina Sari. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*. Jurnal Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.