

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri air minum kemasan berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir ini. Banyak perusahaan air minum dalam kemasan bermunculan karena ketertarikan investor dalam bidang ini. Hal ini disebabkan karena investor melihat peluang dari manfaat air yang merupakan syarat mutlak bagi kehidupan. Berdasarkan hal ini konsumen sebagai pengguna produk yang dihasilkan oleh perusahaan maka akan semakin bijak dalam menilai produk-produk tersebut, dalam memilih dan membeli suatu produk konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen itu sendiri.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen ialah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Kotler (2008:25). Berdasarkan teori yang dikemukakan kotler tersebut, maka keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan suatu produk tidak terlepas dari budaya atau kebiasaan mereka, lingkungan sosial tempat tinggal konsumen, kepribadian konsumen terhadap keinginan produk yang dibeli serta psikologi konsumen dalam menilai suatu produk. Dengan memahami perilaku konsumen berdasarkan kebutuhan yang diinginkan, maka tujuan perusahaan dalam memasarkan suatu produk akan mudah tercapai.

Namun dalam hal ini, setelah penulis melakukan wawancara kepada mahasiswa yang mengonsumsi air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua di Universitas Medan Area, maka peneliti menemukan fenomena masalah

terhadap keputusan mahasiswa dalam membeli air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua yaitu pada perilaku konsumen dalam menilai air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua tersebut, dengan berbagai hasil jawaban dan respon mahasiswa maka mayoritas mahasiswa menyimpulkan bahwa persaingan bisnis pada perusahaan minuman mineral yang sangat ketat saat inilah yang menyebabkan para produsen tidak mengutamakan kualitas produk minuman yang akan di jual, tetapi lebih mengutamakan keuntungan yang di harapkan. Hal ini seperti kurangnya perhatian produsen dalam memastikan ambang batas produk yang mereka tawarkan. Berdasarkan hal inilah maka perilaku mahasiswa seperti budaya, sosial, pribadi dan psikologi mahasiswa sangat mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua.

Dengan adanya perubahan perilaku konsumen, terutama munculnya budaya mahasiswa yang cenderung menyukai produk yang memberikan nilai kemudahan, kepraktisan, serta kecepatan. Air mineral memang memenuhi nilai nilai tersebut, bahkan sekarang ini lingkungan sosial mahasiswa juga membentuk sikap mahasiswa untuk lebih memilih berhati-hati dalam meminum air yang akan dikonsumsi. Begitu juga halnya dengan kepribadian mahasiswa dalam memilih produk minuman kemasan, sekarang ini mahasiswa semakin lebih selektif dalam membeli produk air minum dalam kemasan. Semua hal tersebut sangat di pengaruhi oleh psikologi mahasiswa dalam membeli produk yang berkualitas baik.

Dalam penelitian ini sampel yang akan menjadi responden ialah mahasiswa angkatan 2013/2014 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, yang dinilai dapat menjadi perwakilan (*representative*) untuk mendapatkan gambaran informasi yang akurat terhadap kasus keputusan konsumen dalam pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area”**.

B. Rumusan Masalah

Dari sekian banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area, yang telah diuraikan pada latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area ?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area ?

3. Apakah faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area ?
4. Apakah faktor psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area?
5. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka dapat disusun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area.
2. Untuk mengetahui seberapa besar faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area.
3. Untuk mengetahui seberapa besar faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area.

4. Untuk mengetahui seberapa besar faktor psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area.
5. Untuk mengetahui seberapa besar faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Untuk memenuhi salah satu tugas akhir perkuliahan dalam meraih gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen dan mengaplikasikan dan membandingkan antara teori-teori yang sudah diterima penulis dibangku perkuliahan dengan kenyataan yang ada dilapangan khususnya beraitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Akademik

Dengan peelitian ini penulis berharap akan menambah wawasan dan pengetahuan pembacanya, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai informasi atau masukan bagi para produsen yang menghasilkan air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek aqua.

4. Bagi konsumen

Sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam hal pemasaran atau sebagai acuan bagi penulis lain yang masalahnya ada hubungan dengan tulisan ini.

