

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia tidak bisa lepas dari kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Salah satu kebutuhan primer itu adalah air. Air merupakan satu kebutuhan yang tidak mungkin untuk tidak dipenuhi manusia. Tubuh manusia membutuhkan pasokan air yang cukup untuk merawat berbagai fungsi organ tubuh dan menghindari penyakit.

Air digunakan manusia untuk berbagai kebutuhan, salah satunya adalah untuk minum. Air merupakan satu-satunya minuman yang sangat baik untuk kesehatan manusia. Akan tetapi setelah berkembangnya dunia industri, air merupakan salah satu korban dari polusi industri. Sehingga kebutuhan akan air bersih saat ini sangat meningkat, terutama kebutuhan untuk air minum.

Produk air mineral yang berada di bawah Lisensi Danone ini memang memegang *brand* yang sangat cemerlang di Indonesia. Hampir semua orang di Indonesia akan menyebutkan AQUA ketika akan membeli air mineral. Baik Ades, VIT, Prima, dan lain-lain, tetap dianggap sebagai AQUA oleh sebagian besar masyarakat Indonesia.

AQUA adalah salah satu pemain industri minuman terkemuka di Indonesia dan memiliki reputasi produk dan merek yang berkualitas terbaik. AQUA lahir atas ide almarhum Tirto Utomo (1930-1994). Beliau menggagas lahirnya industri air minum

dalam kemasan (AMDK) di Indonesia melalui PT. Golden Mississippi pada tanggal 23 Februari 1973. Ide mendirikan perusahaan AMDK timbul ketika Tirto bekerja sebagai pegawai Pertamina pada awal tahun 1970-an dan pegawai Petronas pada awal dekade 1980-an. Ketika itu Tirto bertugas menjamu delegasi sebuah perusahaan Amerika Serikat. Namun jamuan itu terganggu ketika istri ketua delegasi mengalami diare yang disebabkan karena mengonsumsi air yang tidak bersih. Tirto kemudian mengetahui bahwa tamu-tamunya berasal dari negara Barat tidak terbiasa meminum air minum yang direbus, tetapi air yang telah disterilkan.

Kegiatan fisik perusahaan dimulai pada bulan Agustus 1973, ditandai dengan pembangunan pabrik di kawasan Pondok Ungu, Bekasi, Jawa Barat. Percobaan produksi dilaksanakan pada bulan Agustus 1974 dan produk komersil dimulai pada sejak tanggal 1 Oktober 1974 dengan kapasitas produksi 6 juta liter setahun. Produk pertamanya adalah AQUA botol kaca 950 ml yang kemudian disusul dengan kemasan AQUA galon.

Penulis tertarik memilih AQUA sebagai subjek penelitian dikarenakan AQUA merupakan salah satu minuman air mineral yang sudah cukup lama dikenal oleh masyarakat Indonesia, selain itu juga karena AQUA merupakan minuman air mineral yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia.

Iklan merupakan bagian dari kegiatan promosi penjualan yang dilakukan dalam upaya mengomunikasikan suatu produk kepada konsumen sehingga dapat memengaruhi minat beli konsumen terhadap produk yang dijual perusahaan (Kotler dan Keller, 2009). Menurut Aaker (1991), citra merek atau *brand image* merupakan serangkaian asosiasi yang ada dalam benak konsumen terhadap suatu merek. Biasanya terorganisasi menjadi suatu makna. Hubungan terhadap suatu merek akan

semakin kuat jika didasarkan pada pengalaman dan mendapat banyak informasi. Citra atau asosiasi memrepresentasikan persepsi yang bisa merefleksikan kenyataan yang obyektif ataupun tidak. Citra yang terbentuk dari asosiasi inilah yang mendasari dari keputusan membeli bahkan loyalitas merek dari konsumen. Kepercayaan terhadap merek (*brand trust*) adalah kemauan konsumen memercayai merek dengan segala resikonya karena adanya harapan yang dijanjikan oleh merek dalam memberikan hasil yang positif bagi konsumen (Lau dan Lee, 1999).

Menurut Peter dan Olson (2000), proses pengambilan keputusan pembelian ialah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Dapat dikatakan bahwa proses pembelian berlangsung jauh sebelum pembelian aktual dan berlanjut setelahnya.

Faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk minuman adalah harga, kemasan, iklan, citra merek, kualitas, kepercayaan terhadap merek dan lain sebagainya. Dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang cocok untuk diteliti, yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian dari AQUA adalah iklan, *brand image* dan *brand trust*.

Berdasarkan uraian dan fakta-fakta tersebut, penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan judul “Pengaruh Iklan, *Brand Image*, Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Aqua”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dari penelitian yang penulis buat, maka diperoleh perumusan masalah, yaitu:

- Apakah Iklan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian AQUA?
- Apakah *Brand Image* berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian AQUA?
- Apakah *Brand Trust* berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian AQUA?
- Apakah Iklan, *Brand Image*, dan *Brand Trust* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian AQUA?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasar pada identifikasi masalah yang ada di atas, maksud dan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa Iklan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian AQUA.
- Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa *Brand Image* berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian AQUA.
- Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa *Brand Trust* berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian AQUA.
- Untuk mengetahui dan menganalisis bahwa Iklan, *Brand Image*, dan *Brand Trust* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian AQUA.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap agar penelitian ini berguna untuk:

a. Penulis

Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bekal untuk mengembangkan bentuk nyata dari ilmu dan teori-teori yang telah diajarkan selama perkuliahan agar lebih memahami teori-teori tersebut. Atau bahkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian berikutnya.

b. Pihak Akademik

Bagi pembaca dan pihak lainnya, penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat menjadi informasi yang dapat berguna sebagai landasan dan pembelajaran mengenai topik terkait.

c. Pihak Perusahaan

Memberi informasi kepada pihak perusahaan bahwa Iklan, *Brand Image*, dan *Brand Trust* merupakan faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian.