

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada awal Maret 2020 yang lalu, Indonesia mengalami dampak pandemi virus covid-19. Sejak adanya pandemi virus covid-19, perilaku masyarakat di Indonesia, mengalami perubahan dalam hidupnya. Dalam aktivitas sehari-hari masyarakat melakukan kegiatan proses pembelajaran daring, belanja *online*, berjualan dengan menggunakan *platform e-commerce* dan kegiatan bekerja dari rumah atau WFH (*Work From Home*) guna meminimalisir penyebaran virus covid-19. Saat munculnya virus covid-19 masyarakat di Indonesia mulai panik dan melakukan pembelian barang untuk kebutuhan sehari-hari seperti makanan dan minuman yang banyak. Pemerintah juga telah mengumumkan bahwa daerah-daerah yang ada di wilayah Indonesia akan melakukan pembatasan sosial berskala besar yang dikenal dengan istilah PSBB.

Adanya pembatasan sosial berskala besar yang dijalankan oleh beberapa pemerintah daerah, hal ini membuat para pelaku usaha bisnis mengalami penurunan dalam memproduksi barang. Para pelaku usaha bisnis harus mampu memikirkan bagaimana caranya untuk bertahan dalam pandemi covid-19. Banyak sekali usaha-usaha yang terpaksa tutup karena adanya pembatasan sosial berskala besar ini. Tetapi ada beberapa usaha bisnis yang mengalami peningkatan karena adanya pandemi covid-19. Usaha-usaha yang mengalami peningkatan seperti usaha pembuatan masker, pembuatan sabun cuci tangan, pembuatan *handsinitizer*, dan pembuatan *face shield*.

Banyaknya yang terdampak karena pandemi virus covid-19 membuat banyak masyarakat mulai mendirikan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Salah satu UMKM yang bergerak dan bertahan di masa pandemi covid-19 adalah usaha air RO. Air merupakan kebutuhan bagi semua manusia, karena air sangat bermanfaat bagi manusia. Air dapat digunakan untuk mencuci, memasak, minum, mandi, dan menyiram. Setiap manusia harus memenuhi kebutuhan primer, maka dari itu

manusia harus tetap dan terus membeli serta menggunakan atau memakai air untuk keberlangsungan hidupnya.

Air RO merupakan air yang diolah dengan menggunakan mesin *reverse osmosis*. Selama diolah air RO ini banyak melalui beberapa proses, yaitu mulai dari filtrasi, ultrasi mesin RO, dan ultraviolet untuk mendapatkan hasil air *reverse osmosis*. Air RO ini baik untuk tubuh jika dikonsumsi dengan baik dan sangat bermanfaat bagi tubuh jika dibandingkan dengan air biasa. Air RO mulai dicari oleh banyak orang saat ini apalagi, jika orang tersebut sudah tinggal di daerah yang airnya sudah terkontaminasi.

Air RO menjadi bisnis yang cukup berkembang dengan cepat, karena untuk memproduksi air RO harus memahami betul tentang pembuatan air RO. Usaha air RO ini dapat menjadi bisnis yang tetap tenar di tengah-tengah masyarakat. Kebutuhan akan air minum tidak akan pernah berakhir, apalagi saat ini masyarakat ingin mendapatkan segala sesuatu dengan instan dan tetap memiliki gaya hidup yang sehat. Khususnya di daerah Kabupaten Bekasi, ada salah satu UMKM yang bernama KER-RO Bekasi. Agar tetap bisa bertahan dan bersaing pelaku usaha bisnis KER-RO Bekasi tentunya akan memberikan kualitas yang terbaik untuk membangun kepercayaan bagi para konsumen, sehingga konsumen dapat membeli air RO di KER-RO Bekasi.

Tabel 1. 1 Jumlah Penjualan Air RO Di KER-RO Bekasi

Tahun	Jumlah galon yang terjual
2018	54.750 galon
2019	54.750 galon
2020	36.600 galon

Berdasarkan data pada tabel 1.1 dapat dikatakan bahwa sebelum adanya pandemi virus covid-19, yaitu pada 2018 penjualan air RO sebanyak 54.750 galon dan pada 2019 penjualan air RO sebanyak 54.750 galon. Setelah adanya pandemi virus covid-19, yaitu pada 2020 penjualan air RO sebanyak 36.600 galon. Karena adanya virus covid-19 yang melanda di seluruh daerah Indonesia membuat

penjualan air RO di KER-RO Bekasi mengalami penurunan. Saat awal Februari 2021 tempat KER-RO Bekasi mengalami musibah banjir, dimana pelaku usaha bisnis tidak memproduksi air RO, di karenakan mesin tidak bisa digerakkan. Hal ini akan membuat penjualan dari air RO di KER-RO Bekasi mengalami penurunan, biasanya sebulan bisa menjual air RO sebanyak 3000 galon pada Januari dan pada Februari hanya menjual air RO sebanyak 2600 galon. Adanya pandemi covid-19 yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan air RO dan keadaan banjir pada bulan Februari yang mempengaruhi kualitas air RO yang diproduksi oleh KER-RO Bekasi. KER-RO Bekasi memiliki beberapa pesaing yang menjual air RO dengan harga yang cukup terjangkau dikalangan masyarakat, sehingga penurunan penjualan air RO dapat dipengaruhi dengan adanya pesaing yang menjual dengan harga yang lebih murah dibandingkan KER-RO Bekasi. Dampak dari pandemi covid-19 membuat KER-RO Bekasi harus mengurangi produksi air RO dikarenakan adanya depot air dan warung-warung yang tutup sehingga KER-RO Bekasi tidak bisa menjual ke beberapa tempat yang tutup karena di *lockdown* oleh warga sekitar. Akibat banjir yang melanda KER-RO Bekasi membuat penurunan penjualan air RO dikarenakan mesin air RO yang terendam air banjir dan adanya pemadaman listrik membuat mesin tidak bisa digerakkan sehingga tidak bisa memproduksi air RO. Adanya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang dialami oleh konsumen KER-RO Bekasi membuat para konsumen tidak membeli air RO di KER-RO Bekasi dan membeli air RO di tempat yang lain, sehingga hal ini menyebabkan penurunan penjualan air RO di KER-RO Bekasi.

Keputusan pembelian dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, akan tetapi konsumen yang banyak membeli suatu produk, maka perusahaan akan dikenal oleh banyak orang dan konsumen akan loyal kepada perusahaan (Susanti & Gunawan, 2019). Biasanya konsumen mulai mencari informasi tentang suatu produk tersebut dengan mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah kualitas produk, harga dan kepercayaan. Setelah melalui beberapa pertimbangan konsumen dapat menentukan pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhannya dan dapat menentukan sikap selanjutnya yang akan diambil.

Kualitas produk merupakan hal yang penting saat konsumen mulai memikirkan produk apa yang akan dibeli. Dengan adanya kualitas produk yang sudah dibuat oleh pelaku usaha bisnis, membuat konsumen tertarik oleh produk yang ditawarkan. Pelaku usaha bisnis harus mampu membuat standar dari produk yang ditawarkan, sehingga produk tersebut memiliki keunggulan dari produk yang lain. Saat ini konsumen sangat mementingkan kualitas produk saat ingin membeli suatu produk, maka dari itu pelaku usaha bisnis harus mampu meyakinkan konsumennya agar konsumen tersebut percaya kepada produk yang ditawarkan. Kualitas produk yang baik dapat menjadi hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh usaha dibidangan air minum, karena air minum akan dikonsumsi oleh konsumen sehingga kualitas dari air minum ini harus aman dan higienis (A. H. Raymond, 2020).

Harga merupakan faktor yang penting dalam keputusan pembelian, dikarenakan konsumen akan mempertimbangkan apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas produk tersebut. Harga yang diberikan kepada konsumen harus sebanding dengan nilai dan manfaat yang akan diperoleh jika membeli produk tersebut (Yustiawan & Prijati, 2016). Harga memanglah sensitif, maka dari itu pelaku usaha bisnis harus mampu menetapkan harga yang baik dan disesuaikan dengan kondisi konsumen yang ada. Harga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen dalam memilih suatu produk yang akan dibeli (Nurhayati, 2017). Jika harga sudah sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen tersebut akan memiliki niat untuk membeli ulang produk tersebut.

Selain dari kualitas produk dan harga, pengaruh kepercayaan sangat penting, dengan melalui kepercayaan yang diyakini oleh para konsumen akan memiliki anggapan positif terhadap produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha bisnis. Kepercayaan konsumen terhadap produk merupakan hal yang penting dalam melakukan keputusan pembelian. Pelaku usaha bisnis harus mampu membangun kepercayaan dengan konsumen, misalnya dengan memberikan harga yang baik sesuai dengan kualitas yang didapat sehingga konsumen merasa bahwa pelaku usaha bisnis benar-benar jujur dalam menawarkan produk tersebut. Pelaku usaha bisnis yang memberikan kepercayaan produk akan menjadi patokan utama dalam

memiliki hubungan dengan pelanggan sehingga mampu memahami kebutuhan serta harapan pelanggannya (Krissianty & Widayatmoko, 2019).

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Air RO Di KER-RO Bekasi”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah diuraikan, maka masalah yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian air RO di KER-RO Bekasi?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian air RO di KER-RO Bekasi?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian air RO di KER-RO Bekasi?
4. Apakah kualitas produk, harga dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian air RO di KER-RO Bekasi?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian air RO di KER-RO Bekasi.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian air RO di KER-RO Bekasi.
3. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian air RO di KER-RO Bekasi.
4. Untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian air RO di KER-RO Bekasi.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk beberapa pihak :

1. Bagi pelaku bisnis

Dapat memberikan masukan berupa informasi tentang produk yang ditawarkan, sehingga tahu apa yang akan dilakukan ke depannya untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen yang membeli air RO di KER-RO Bekasi.

2. Bagi pembeli/masyarakat

Dapat di jadikan sebagai dasar informasi serta pengetahuan tentang baiknya mengkonsumsi air RO jika berada di pemukiman padat penduduk.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang keputusan pembelian air RO dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi peneliti selanjutnya serta dapat dijadikan bahan materi kuliah apabila diperlukan.

#### 1.5 Batasan Masalah

Dalam penulisan ini penulis membatasi masalah tentang variabel kualitas produk, harga, kepercayaan dan keputusan pembelian air RO di KER-RO Bekasi.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi tentang isi dari pembahasan pada tugas akhir. Berikut adalah sistematika penulisan pada tugas akhir :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan permasalahan, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai literatur yang mendasari topik penelitian pada umumnya dan model konseptual penelitian pada umumnya.

## **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, dan metode analisis data.

## **BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai profil organisasi atau perusahaan (bila ada), hasil analisis data, dan pembahasan (diskusi) hasil penelitian.

## **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai kesimpulan dan implikasi manajerial.