

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap bisnis yang ingin memperluas usahanya dalam persaingan haruslah memandang pemasaran sebagai kunci utama dalam mencapai tujuan bisnisnya. Pemasaran diarahkan untuk mengetahui kebutuhan pembeli kemudian memuaskan kebutuhan tersebut. Penjualan hasil produksi, bagi produsen memerlukan distributor untuk mendistribusikan hasil produksinya sampai ke tangan konsumen. Kegiatan produsen itu tidak berakhir sampai dengan terjadinya transaksi saja, tetapi juga berusaha agar hasil produksinya dapat memuaskan konsumen dan mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis, untuk itu produsen harus dapat bersaing dalam memproduksi barang dengan sebaik-baiknya, sesuai dengan selera pembeli.

Pemasaran sangat penting bagi perusahaan apalagi dalam masa globalisasi ekonomi sekarang ini. Globalisasi perekonomian seakan-akan tidak mengenal lagi batas-batas antar negara yang menyebabkan semua kegiatan berlaku secara cepat. Melalui pemasaran, hasil produksi dapat diperkenalkan, dan dibeli oleh konsumen. Apabila hasil produksinya baik dan dapat menimbulkan kepuasan di hati konsumen maka akan menjadi pelanggan setia. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk

rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan (Tjiptono, 2005;24).

Air minum SIHA diproses dengan RO menghilangkan mineral An-organik sehingga tingkat kekeruhannya juga rendah dan kualitasnya semakin baik. Kebanyakan mineral yang dibutuhkan tubuh manusia berupa mineral organik yang terdapat dalam makanan (tumbuhan dan hewan) bukan mineral an-organik yang banyak di air minum, akibatnya akan mengendap bertahun-tahun, jika endapan terjadi di ginjal akan timbul batu ginjal, di usus akan timbul radang sendi yang berakibat penyakit rematik. Sebaiknya kebutuhan akan mineral didapat dari makanan, baik, sayur, daging, ikan, dll. karena kandungan mineral dalam makanan lebih mudah diurai oleh tubuh.

Benjeng adalah salah satu nama Kecamatan di Kota Gresik, Kecamatan Benjeng berada di wilayah selatan Kabupaten Gresik, tepatnya arah Barat Daya. Dari Gresik kota berjarak sekitar 28 km. Sampai dengan tahun 2009 ini, Kecamatan Benjeng membawahi 23 administrasi pemerintahan desa, yang memiliki 79 dusun, 104 RW dan 331 RT. Luas daerah ini sekitar 35.480 m².

Untuk pembentukan sikap dapat dilakukan dengan menjalankan program harga yang efektif sikap yang positif dari konsumen terhadap apa yang dikomunikasikan oleh pemasar dapat mempengaruhi mereka dalam melakukan Keputusan Pembelian. Dengan demikian, sikap yang dilakukan konsumen adalah berdasarkan pandangannya terhadap produk atau jasa dan proses belajar baik dari pengalaman atau dari yang lain. (Kotler, 2003; 233)

Hubungan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian sangatlah erat. Ini dikarenakan Promosi Penjualan menjadi program yang menentukan dalam pembelian konsumen terhadap produk atau jasa. Karena melalui pelaksanaan Promosi Penjualan perusahaan akan dapat memberikan informasi yang nyata dan langsung kepada calon konsumennya.

Promosi Penjualan merupakan cara yang paling cepat dan penting,serta dapat menciptakan komunikasi antara penjual dan pembeli. Cara ini adalah satu-satunya cara yang dapat menggugah hati pembeli dengan segera, sehingga pada saat itu juga diharapkan konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli (Mullen, 2004;142).

Penggunaan surat dan alat penghubung nonpersonal lain untuk berkomunikasi secara mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan untuk memutuskan pembelian. (Irawan ,2005.412)

Menjalankan promosi secara tepat dan dikendalikan dengan baik maka akan berperan secara berarti dalam mempengaruhi dan menaikkan tingkat pembelian konsumen terhadap Air Minum “SIHA”. Melihat kenyataan dan permasalahan yang ada diambil judul Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, dan publisitas Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek “SIHA” di Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian Latar Belakang, maka permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Air Minum merek “SIHA” di Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik?
2. Apakah Promosi Penjualan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Air Minum merek “SIHA” di Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik?
3. Apakah Publisitas berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Air Minum merek “SIHA” di Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dikemukakan, dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Air Minum merek “SIHA” di Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi Penjualan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Air Minum merek “SIHA” di Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh Publisitas secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Air Minum merek “SIHA” di Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik?

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan wawasan bagi peneliti lain sehingga bisa berkembang dan lebih berkembang lagi dalam mempelajari manajemen pemasaran.
2. Dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjutnya mengenai Harga, Promosi Penjualan dan Publisitas.