

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Didalam tubuh manusia, setidaknya terkandung 60-65% cairan. Besarnya persentase tersebut membuktikan bahwa cairan merupakan salah satu bagian yang sangat penting di dalam tubuh manusia. Cairan di dalam tubuh berperan besar dalam menjalankan fungsi tubuh seperti membantu metabolisme. Oleh karena itu, mengatur cairan dalam tubuh merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan karena berkaitan dengan fungsi tubuh secara keseluruhan. Selain punya peranan besar dalam fungsi tubuh, kadar pH yang ada di dalam cairan tubuh juga punya pengaruh yang besar. Kadar pH merupakan derajat keasaman yang menunjukkan seberapa asam atau basa sebuah cairan. Di dalam tubuh manusia, kadar pH dari air yang kamu konsumsi punya peranan besar bagi kesehatan tubuh. Berikut ini 2 pengaruh pH air bagi kesehatan tubuh manusia

Potensial Hidrogen atau yang di kenal dengan pH merupakan derajat yang menentukan tingkat keasaman atau kebasaan dari larutan atau cairan. Dengan menggunakan pH, kita dapat mengetahui apakah suatu cairan cenderung asam atau basa dengan menggunakan satuan dalam bentuk angka. Rentang satuan pH antara 1-14 dengan pH netral yakni pH 7. Semakin rendah angka pHnya maka akan semakin asam pula larutan atau cairan tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi angka pHnya maka akan semakin basa larutan atau cairan tersebut. (sumber ; <http://www.pristine8.com>)

Air sebagai bagian terpenting dan tidak bisa terlepas dari kehidupan makhluk hidup di dunia ini. Di zaman dimana teknologi terus berkembang dan pencemaran udara dimana-mana, tentunya sulit bagi kita untuk mendapatkan air yang benar-benar bersih, murni dan baik untuk kesehatan. Kita harus minum banyak air setiap hari di sela-sela aktivitas kita yang sangat sibuk agar tubuh kita bisa bekerja dan berfungsi dengan baik. pH darah manusia harus selalu dijaga agar selalu bersifat

basa, antara pH 7.35 sampai 7.45. Hanya dengan meminum air basa, kita bisa memulihkan mineral yang telah hilang dari dalam tubuh.

Manfaat air mineral dengan pH 8 atau air alkali, Kandungan air yang basa tidak hanya membuat rasa dari air alkali memiliki rasa yang cenderung pahit melainkan juga memberikan manfaat bagi tubuh manusia. pH basa pada air alkali telah diteliti beberapa kali untuk mencari tahu manfaat sesungguhnya pada air alkali. Hasilnya, beberapa studi mengatakan bahwa air alkali dengan pH 8-9 mampu menurunkan asam lambung karena sifatnya yang basa. Selain itu, air alkali juga mampu meningkatkan kekuatan tulang melalui kandungan bikarbonat dan kalsium tinggi yang terkandung didalamnya. Oleh karena itu, air alkali sangat direkomendasikan untuk kamu yang ingin mengonsumsi air mineral dengan berbagai manfaat lebih didalamnya. (sumber ; <http://www.pristine8.com>)

Pristine 8+ merupakan Air minum Alkaline dengan kandungan pH 8+ (Melebihi 8) yang memberikan manfaat detoxifikasi bagi tubuh kita. Buat yang belum tau nih gan, air alkaline memiliki banyak manfaat dan pastinya sangat baik untuk tubuh yang bisa menjaga keseimbangan kadar pH dan efektif untuk membantu proses detoxifikasi. Pristine 8+ berasal dari sumber mata air terbaik di kawasan konservasi Gunung Gede Pangrango dan diproses dengan teknologi Ionisasi dari Nihon Trim Jepang sehingga menjadikan Pristine 8+ tentu berbeda dibanding dengan air mineral lainnya. Pristine mempunyai berbagai ukuran kemasan; 400ml, 600ml, 1500ml, dan ada yang berkemasan gallon. (sumber ; <http://www.pristine8.com>)

Maka dari itu, sejak tahun 2008 Pristine mulai memasarkan produknya. Dengan tujuan menjual air mineral yang tidak hanya sekedar untuk menghilangkan dahaga saja, namun mereka meluncurkan produk air mineral yang ber pH 8+ yang dapat membuat keseimbangan kadar pH bagi tubuh terjaga dan membuat tubuh menjadi jauh lebih sehat.

Mungkin Pristine berniat untuk bersaing dengan pioneer yaitu aqua, Pristine sebagai followers berusaha mengungguli aqua melalui kualitas produk yang memiliki kandungan Ph 8++ . Harga produk Pristine lebih mahal di bandingkan Aqua, mungkin karena biaya produksi atau yang lainnya yang membuat harga jual

pristine jauh lebih mahal di bandingkan dengan Aqua. Dan mungkin karena brand image Aqua sudah melekat di benak konsumen jadi pristine sulit mengungguli Aqua.

Saya menyimpulkan dari pernyataan diatas, bahwa **kualitas produk** air mineral pristine sangatlah baik. Karena pristine memiliki kandungan air dengan Ph tinggi dibandingkan air mineral lainnya yang hanya memiliki kandungan Ph normal. Dan seharusnya dengan keunggulan **kualitas produk** yang lebih baik dari produk lainnya Pristine mampu membuat konsumen berniat membeli produknya.

Kualitas Produk merupakan senjata strategis dan jugapotensial untuk menarik konsumen dan mengalahkan konsumen, hanya perusahaan dengan kualitas produk terbaik yang dapat tumbuh dengan pesat dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan berhasil di banding perusahaan lainnya. **Kotler & Amstrong (2008)**.

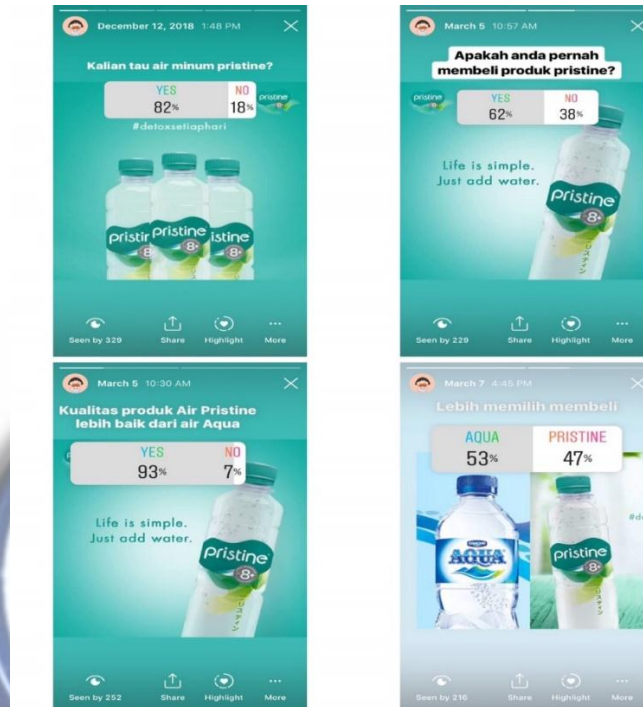
Dan berdasarkan **Philip Kotler & Amstrong (2006)** dalam **Paula Dinar (2012)** menggambarkan jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya (pembelian ulang). Penelitian yang dilakukan oleh **Basrah Saidani dan Samsul Arifin (2011)** menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.

Namun, Saya melakukan pra-survey yang masih bersifat praduga sementara dengan menggunakan fitur votting yang disediakan di aplikasi Instagram dan saya mempunyai 992 followers, fitur ini guna menanyakan seberapa banyak Niat Beli Ulang para followers atau konsumen yang ada di Instagram saya. Untuk membeli Produk Pristine yang dikenal memiliki kandungan Ph yang tinggi yang baik bagi tubuh, yang berarti memiliki kualitas produk yang baik di bandingkan Aqua. Dan air mineral lainnya.

Dari 992 followers rata-rata yang bersedia menjawab kuesioner singkat ini kurang dan lebih ada 300 followers atau konsumen , berikut ini adalah hasil votting dari responden atau followers di instagram :

- Pra-survey untuk GAP :

Hasil Pra-Survey Responden GAP



Gambar 1.1

Sumber gambar : Instagram

Pernyataan dari pra-survey untuk GAP ;

1. 82% dari 329 responden, mengenal dan mengetahui produk air mineral Pristine.
2. 62% dari 229 responden, sudah pernah membeli produk air mineral Pristine.
3. 93% dari 252 responden, menyetujui bahwa kualitas produk air mineral Pristine lebih baik di bandingkan dengan Aqua.
4. 53% dari 216 responden, lebih baik memilih produk lain dibandingkan dengan Pristine padahal mereka setuju jika kualitas produk Pristine sangatlah baik.

Dari kesimpulan pra-survey diatas, bahwa **Kualitas Produk** tidak berpengaruh terhadap **Niat Beli Ulang Konsumen**. Padahal menurut teori dan

penelitian sebelumnya menyatakan bahwa, jika kualitas produk baik maka niat beli konsumen naik. Akan tetapi teori dan penelitian sebelumnya tidak sesuai dengan kenyataan di lapangan (pra-survey).

Adapun informasi lainnya yang saya ambil dari situs resmi www.topbrand.com menyatakan bahwa produk Aqua lebih unggul di bandingkan Pristine, berikut adalah hasil top brand award 2019 saat ini :

Hasil Top Brand 2019

AIR MINUM DALAM KEMASAN

MEREK	TBI	TOP
AQUA	63.9%	TOP
Ades	7.6%	
Club	3.4%	
2 Tang	3.2%	
Cleo	2.7%	

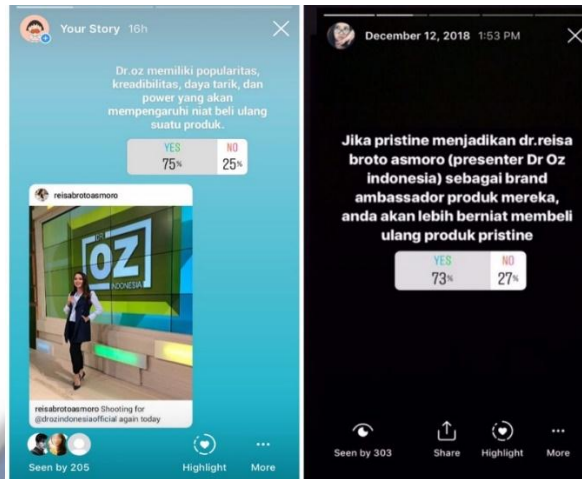
Gambar 1.2

Sumber gambar : www.topbrand.com

- Pra-survey yang menyatakan kemungkinan ada variabel lain yang akan mempengaruhi Niat Beli Ulang konsumen :

Faktor Brand Ambassador:

Hasil Pra-Survey Responden *Brand Ambassador*



Gambar 1.3

Sumber gambar : Instagram

Pernyataan Pra-survey diatas :

1. 75% dari 205 reponden, menyetujui bahwa Dr Oz Indonesia memiliki kredibilitas, daya tarik, dan power yang ayang mempengaruhi niat beli ulang konsumen.
2. 73% dari 303 responden, menyetujui jika brand ambassador air mineral Pristine adalah Dr Oz Indonesia dapat menaikkan niat beli ulang konsumen.

Faktor Harga :

Hasil Pra-Survey Responden Harga



Gambar 1.4

Sumber gambar : Instagram

Pernyataan Pra-survey diatas :

1. 62% dari 229 responden, menyetujui bahwa harga Pristine terlalu mahal.
2. 59% dari 207 responden, akan lebih berniat membeli ulang produk air mineral Pristine jika harga jual nya di turunkan.

Dapat di simpulkan bahwa, faktor Brand Ambassador oleh dr.Reisa Broto Asmoro (DR OZ INDONESIA) dan Harga akan mempengaruhi Niat Beli Ulang konsumen untuk membeli air mineral Pristine. Akan didukung dengan penelitian sebelumnya atau teori yang menyatakan bahwa Brand Ambassador dan Harga dapat mempengaruhi Niat Beli Ulang konsumen.

Menurut **Schiffman** dan **Kanuk** dalam Muktamar (2014:31) menyebutkan daya tarik selebriti sebagai **brand ambassador** digunakan dengan sangat efektif oleh para pemasang iklan untuk berkomunikasi dengan pasar-pasar mereka. Para selebriti dapat menjadikan kekuatan yang berpengaruh dalam menimbulkan minat atau **niat** yang berhubungan dengan pembelian atau penggunaan barang dan jasa yang di pilih.

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian tidak bisa dikesampingkan setiap perusahaan. Menurut **Kotler (2008:345)** menyatakan bahwa keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan daya saing harga adalah unsur yang penting yang menjadi alat untuk menarik konsumen.

Peneliti menyatakan dan menyimpulkan bahwa GAP atau permasalahan dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dapat dilihat dari hasil pra-survey, teori, dan penelitian sebelumnya. Dan juga saya mengambil dua variabel yang terbukti di pra-survey juga penelitian sebelumnya bahwa, *Brand Ambassador* (X1) dan Harga (X2) dapat mempengaruhi Niat beli Ulang (Y) konsumen saat membeli air mineral Pristine.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan diteliti oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Brand Ambassador terhadap pembelian air mineral Pristine.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Harga air mineral Pristine.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Niat Beli Ulang air mineral Pristine.
4. Apakah Brand Ambassador oleh dr.Reisa Broto Asmoro berpengaruh terhadap Niat Beli Ulang produk Pristine.
5. Apakah Harga berpengaruh terhadap Niat Beli Ulang konsumen membeli produk Pristine.

1.3 Identifikasi Masalah

Peneliti melakukan pra-survey melalui vooting Instagram dan hasil pra-survey menyatakan bahwa Kualitas Produk adalah variabel yang tidak sesuai dengan harapan. Karena pernyataan teori dan penelitian sebelumnya tidak sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan (pra-survey). Dapat dilihat dari pra-

survey, konsumen tidak berniat membeli ulang walaupun Kualitas Produk Pristine lebih baik dari produk lain.

Peneliti melakukan pra-survey kembali kepada responden, guna untuk mengetahui variabel lain yang dapat menaikkan Niat Beli Ulang konsumen terhadap air mineral Pristine. Dan peneliti mendapatkan dua variabel yaitu *Brand Ambassador* dan Harga yang dapat menaikkan Niat Beli Ulang konsumen Pristine. Peneliti berniat meneliti lebih dalam untuk kedua variabel tersebut guna mendapatkan hasil lebih akurat bahwa Brand Ambassador dan Harga dapat mempengaruhi Niat Beli Ulang konsumen Pristine.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas dan identifikasi masalah yang di uraikan di atas maka tujuan penelitian yang di lakukan adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh hubungan antara Brand Ambassador oleh dr.Reisa Broto Asmoro dan Harga terhadap Niat Beli Ulang konsumen membeli Pristine.
2. Untuk menganalisis tanggapan konsumen atas Brand Ambassador dr.Reisa Broto Asmoro untuk Niat Beli Ulang produk air mineral Pristine.
3. Untuk menganalisis tanggapan konsumen atas Harga untuk Niat Beli Ulang produk air mineral Pristine.
4. Untuk menganalisis seberapa pengaruh Brand Ambassador terhadap Niat Beli Ulang konsumen membeli Pristine.
5. Untuk menganalisis seberapa pengaruh Harga terhadap Niat Beli Ulang konsumen membeli Pristine.

1.5 Manfaat Penelitian

Selain untuk memperoleh data yang di perlukan dalam menyusun skripsi penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi yang hasilnya dapat memberikan manfaat diantaranya :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbang ide atau gagasan pemikiran untuk dijadikan acuan dalam bahan evaluasi serta

membantu dalam pengambilan keputusan manajemen perusahaan khususnya melakukan pengembangan produk terhadap daya tarik niat beli ulang konsumen.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis dalam dunia bisnis dan juga untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari ke dalam dunia yang sesungguhnya. Dapat pula untuk menambah referensi bagi peneliti lainnya yang melakukan penelitian tentang brand ambassador dan harga terhadap niat beli ulang konsumen.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan agar pembaca mendapatkan sumbangan informasi dan menjadi referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya. Juga menambah wawasan khususnya Brand Ambassador dan Harga yang diterapkan dalam perusahaan.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian exploratory. Penelitian exploratory adalah penelitian yang bertujuan menggali atau mencari variabel-variabel atau faktor-faktor yang terdapat pada suatu fenomena atau kondisi social tersebut (**Zulganef, 2018:9**). Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang didapatkan sendiri, yaitu dengan cara melakukan wawancara, menyebarkan kuesioner dilapangan, dan penelitian secara langsung.

2. Data Sekunder

Data yang dilakukan secara tidak langsung yaitu seperti data dari referensi penelitian sebelumnya, instansi atau lembaga lain.