

**“Persepsi Mahasiswa/I Terhadap Keputusan Pembelian  
Produk Air Minum Dalam Kemasan Aqua  
(Studi Kasus : Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)”**



Diajukan Oleh :  
Rahma Delawati  
010331100046

Disusun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

2007



S  
6507.507

Del

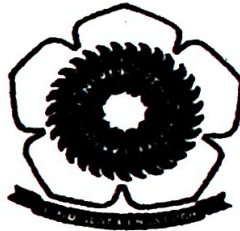
P

2007

**"Persepsi Mahasiswa/I Terhadap Keputusan Pembelian**

**Produk Air Minum Dalam Kemasan Aqua**

**(Studi Kasus : Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)**



R. 15780  
15542

Diajukan Oleh :

Rahma Delawati

010331100046

Disusun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan gelar

Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

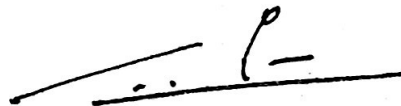
2007

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Rahma Delawati  
Nomor Induk Mahasiswa : 010331100046  
Jurusan : Manajemen  
Proram Studi : Strata 1  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa/I Terhadap Keputusan Pembelian  
Produk Air Minum Dalam Kemasan Aqua (Studi Kasus :  
Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)

**PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI**

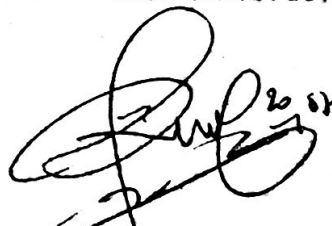
Tanggal 30-01-2007 Ketua Panitia



Drs. Supardi A. Bakri, MPA

NIP. 130687187

Tanggal 30-01-2007 Anggota



Dra. Sukartini Karim

NIP. 130936412

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas taufik dan hidayah – Nya, maka penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Persepsi Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan AQUA”.

Skripsi ini membahas tentang persepsi mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan AQUA dan untuk mengetahui nilai dari pengukuran persepsi dan kekuatan hubungan persepsi mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan AQUA.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun dari semua pihak akan sangat berguna untuk perbaikan tulisan di masa yang akan datang.

Penulis juga mengucapkan banyak Terima Kasih kepada pihak – pihak yang membantu di dalam proses penyelesaian skripsi ini, di antara lainnya :

1. Kedua Orang Tua saya yang telah membesarkan dan mendidik saya, dan memberikan segala dukungan moril serta finansial sehingga saya dapat menyelesaikan S1 saya, dan insya Allah saya akan menjadi orang yang berilmu & bertaqwa. Kakak pertama saya, yuk Ana dan Kakak kedua saya, kak Andi untuk semua doa dan dukungannya. Adik saya, Anca dan Yayan yang begitu saya sayangi.



- 2.Drs. Syamsurizal, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
- 3.Drs. Yuliansyah M. Diah, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Inderalaya.
- 4.Drs. M. Kosasih Zen, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Inderalaya.
- 5.Drs. H. Syarnubi H.M. Sayid , selaku Pembimbing Akademik, atas bimbingan dan arahan nya dalam rencana studi..
- 6.Drs. Supardi A. Bakri, MPA., selaku Ketua Pembimbing Skripsi atas bimbingan dan arahnya dalam penulisan skripsi ini.
- 7.Dra. Suhartini Karim, selaku Anggota Pembimbing Skripsi atas bimbingan dan arahnya, serta pinjaman buku nya dalam penulisan skripsi ini.
- 8.Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Inderalaya.
- 9.M. Welly Nailis, SE, MM, selaku dosen mata kuliah riset pemasaran atas pengajarannya mengenai sistematika dan tata cara serta pengolahan data dengan menggunakan SPSS dan Drs. Nasir Ibrahim, selaku dosen mata kuliah pemasaran atas bantuan, dukungan serta arahnya.
10. PT. AQUA Golden Missisipi untuk data yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi.
11. A'anong dan keluarganya, untuk doa dan bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Sahabat terbaik saya Amanda dan keluarganya atas tumpangan, bantuan dan dukungannya selama ini. Sahabat – sahabat saya, Riri, Riska, Devy, Vivi, Reni , Putri, Pea & Eis, Yudi, Olan, Elvan, Dayat, Ari, Yendi dan Rias, Harika, Fia,

Yus, Mario, Teto, dan semua teman – teman satu angkatan 2003, atas segala kerjasama dan bantuan selama di kampus. dan Teman – teman kos, Afrin dan yuk Nita, Febi, Reno, Hamka, Rangga, Asa, Rizka, Herti, Tensi, Lina, fiqi, Lia, Imam, Dita dan yang lainnya.

13. Adik tingkat angkatan 2006, 2005, dan 2004 atas bantuan dalam pengumpulan data primer dan Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungannya

Akhir kata dari saya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Amin..

Palembang, Januari 2007

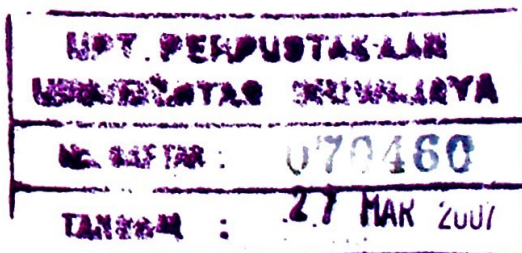
Penulis

Rahma Delawati



# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN METODE PENELITIAN</b>	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran	12
2.1.3 Teori kebutuhan maslow	13
2.1.4 Pengertian persepsi	16
2.1.5 Keputusan pembelian	17



2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	22
2.4 Hipotesis	22
<b>2.5 Metodologi Penelitian</b>	<b>23</b>
2.5.1 Desain Penelitian	23
2.5.2 Populasi dan Sampel	25
2.5.3 Variabel Penelitian	26
2.5.3.1 Identifikasi Variabel Penelitian	26
2.5.3.2 Batasan Variabel Penelitian	28
2.5.3.3 Pengukuran Variabel Penelitian	30
2.5.4 Ruang Lingkup Penelitian	31
2.5.5 Jenis dan Sumber Data	31
2.5.6 Teknik Analisis Data	32
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	33
3.1.1 Sejarah Aqua	35
3.1.2 Lokasi Perusahaan	40
3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	40
3.1.4 Lokasi Mata Air dan Lokasi Pabrik	41
3.1.5 Proses Produksi Aqua	41
3.1.6 Ukuran dan Harga Produk Yang Ditawarkan	44
3.1.7 Pesaing Sejenis	45



## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

<b>4.1 Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Normalitas</b>	<b>46</b>
4.1.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner	46
4.1.2 Uji Reliabilitas	48
4.1.3 Uji Normalitas	49
<b>4.2. Frekuensi dari profil (karakteristik) / Profil Responden</b>	<b>50</b>
4.2.1 Jenis Kelamin	50
4.2.2 Usia responden	52
4.2.3 Pengeluaran per bulan	53
<b>4.3 Perilaku Responden</b>	<b>54</b>
4.3.1 Mengetahui produk air minum dalam kemasan yang lainnya	55
4.3.2 Mengikuti informasi perkembangan Aqua	55
4.3.3 Kemasan yang sering dikonsumsi	56
4.3.4 Paling sering melihat iklan Aqua pada media tertentu	56
4.3.5 Menggunakan produk lain sebelum menggunakan Aqua	57
4.3.6 Jenis produk yang dikonsumsi sebelumnya	58
<b>4.4 Variabel X (Independent) atau variabel bebas</b>	<b>59</b>
<b>4.5 Variabel Y (Dependent) atau variabel terikat</b>	<b>66</b>
<b>4.6 Tabulasi Silang / <i>Cross Tabulation</i></b>	<b>70</b>
<b>4.7 Faktor Analisis</b>	<b>92</b>
<b>4.8 Regresi dan Korelasi Analisis</b>	<b>97</b>

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	104

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

<b>Table</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Penjualan Produk AMDK AQUA PT. AQUA Golden Missisipi	5
Tabel 1.2	Penjualan Produk AMDK AQUA PT. AQUA Golden Missisipi di Sumsel	5
Tabel 1.3	Komposisi Total Mahasiswa Terdaftar Semester Ganjil 2006 / 2007	6
Tabel 2.1	Jenis Perilaku Pembelian Konsumen	20
Tabel 4.1.1	Hasil Uji Validitas Kuesioner	47
Tabel 4.1.2	Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.1.3	Uji Normalitas	50
Tabel 4.2.1	Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2.2	Usia responden	52
Tabel 4.2.3	Pengeluaran per bulan	53
Tabel 4.3.1	Mengetahui produk air minum dalam kemasan yang lainnya	55
Tabel 4.3.2	Mengikuti informasi perkembangan Aqua	55
Tabel 4.3.3	Kemasan yang sering dikonsumsi	56
Tabel 4.3.4	Paling sering melihat iklan Aqua pada media tertentu	57
Tabel 4.3.5	Menggunakan produk lain sebelum menggunakan Aqua	57
Tabel 4.3.6	Jenis produk yang dikonsumsi sebelumnya	58
Tabel 4.4.1	Produk Aqua memiliki kualitas terbaik dari produk lainnya	59
Tabel 4.4.2	Ukuran kemasan Aqua sudah cukup beragam	59
Tabel 4.4.3	Produk Aqua telah terjamin kebersihan dan kehigienisannya	60
Tabel 4.4.4	Kejernihan dan rasa air Aqua memiliki kualitas sangat baik	61

Tabel 4.4.5 Kemasan produk Aqua sudah sesuai dengan keinginan	61
Tabel 4.4.6 Sebelum membeli melakukan perbandingan dengan merk lain	62
Tabel 4.4.7 Menurut anda harga Aqua relatif stabil	63
Tabel 4.4.8 Harga Aqua cukup kompetitif	63
Tabel 4.4.9 Produk Aqua mudah didapatkan	64
Tabel 4.4.10 Informasi mengenai Aqua mudah didapatkan	65
Tabel 4.5.1 Sebelum membeli melakukan pertimbangan harga, promosi, distribusi dan kualitas Aqua	66
Tabel 4.5.2 Keputusan membeli disebabkan pengaruh orang lain	67
Tabel 4.5.3 Membeli Aqua karena tahu kualitasnya lebih baik	68
Tabel 4.5.4 Keputusan membeli karena tidak banyak pilihan merk lain	68
Tabel 4.5.5 Anda yakin bahwa keputusan membeli Aqua adalah tepat	59
Tabel 4.6.1 Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dan mengetahui produk lain	70
Tabel 4.6.2 Tabulasi silang antara jenis kelamin dan mengikuti informasi Aqua	71
Tabel 4.6.3 Tabulasi silang antara jenis kelamin dan kemasan yang sering dikonsumsi	72
Tabel 4.6.4 Tabulasi silang antara jenis kelamin dan diman sering melihat iklan Aqua	73
Tabel 4.6.5 Tabulasi silang antara jenis kelamin dan pernah menggunakan produk lain sebelum Aqua	74
Tabel 4.6.6 Tabulasi silang antara jenis kelamin dan produk yang digunakan sebelum Aqua	75
Tabel 4.6.7. Tabulasi silang antara usia dan mengetahui produk lain	77

Tabel 4.6.8. Tabulasi silang antara usia dan mengikuti informasi Aqua	78
Tabel 4.6.9. Tabulasi silang antara usia dan kemasan yang sering dikonsumsi	79
Tabel 4.6.10. Tabulasi silang antara usia dan tabulasi silang antara usia dan dimana anda sering melihat iklan Aqua	80
Tabel 4.6.11. Tabulasi silang antara usia dan pernah menggunakan produk lain sebelum Aqua	81
Tabel 4.6.12. Tabulasi silang antara usia dan produk apakah yang digunakan sebelum Aqua	83
Tabel 4.6.13. Tabulasi silang antara pengeluaran perbulan dan mengetahui produk lain	84
Tabel 4.6.14. Tabulasi silang antara pengeluaran perbulan dan mengikuti informasi Aqua	85
Tabel 4.6.15. Tabulasi silang antara pengeluaran perbulan dan kemasan yang sering anda konsumsi	86
Tabel 4.6.16. Tabulasi silang antara pengeluaran perbulan dan dimana anda sering melihat iklan	88
Tabel 4.6.17. Tabulasi silang antara pengeluaran perbulan dan pernah menggunakan produk lain sebelum Aqua	89
Tabel 4.6.18. Tabulasi silang antara pengeluaran perbulan dan produk apakah yang digunakan sebelum Aqua	91

Tabel 4.7.1 Tes KMO dan Bartlett's	93
Tabel 4.7.2 Komunaliti	93
Tabel 4.7.3 Penjelasan Total Varian	94
Tabel 4.7.4 Matrix Putaran Komponen	95
Tabel 4.8.1 Korelasi	97
Tabel 4.8.2 Model $R^2$	99
Tabel 4.8.3 F tes atau ANOVA	99
Tabel 4.8.4 Koefisien Regresi	100



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	Model hirarki kebutuhan Maslow	14
Gambar 3.1	Lingkungan Sekitar Sumber Mata Air	34
Gambar 3.2	Rumah Sumber Mata Air	35
Gambar 3.3	Ukuran dan Harga Produk Yang Ditawarkan	45
Gambar 4.2.1	Jenis kelamin	51
Gambar 4.2.2	Usia responden	53
Gambar 4.2.3	Pengeluaran perbulan	54
Gambar 4.6.1	Histogram jenis kelamin anda dan mengetahui produk lain	70
Gambar 4.6.2	Histogram jenis kelamin anda dan mengikuti informasi Aqua	71
Gambar 4.6.3	Histogram antara jenis kelamin dan kemasan yang sering Dikonsumsi	72
Gambar 4.6.4	Histogram jenis kelamin anda dan dimana anda sering melihat iklan Aqua	73
Gambar 4.6.5	Histogram jenis kelamin anda dan pernah menggunakan produk lain sebelum Aqua	74
Gambar 4.6.6	Histogram jenis kelamin anda dan produk apakah yang digunakan sebelum Aqua	76
Gambar 4.6.7	Histogram usia saat ini dan mengetahui produk lain	77
Gambar 4.6.8	Histogram usia saat ini dan mengikuti informasi Aqua	78
Gambar 4.6.9	Histogram usia saat ini dan kemasan yang sering anda konsumsi	79

Gambar 4.6.10 Histogram usia saat ini dan dimana anda sering melihat iklan Aqua	80
Gambar 4.6.11 Histogram usia saat ini dan pernah menggunakan produk lain sebelum Aqua	82
Gambar 4.6.12 Histogram usia saat ini dan produk apakah yang digunakan sebelum Aqua	83
Gambar 4.6.13 Histogram pengeluaran perbulan dan mengetahui produk lain	84
Gambar 4.6.14 Histogram pengeluaran perbulan dan mengikuti informasi Aqua	85
Gambar 4.6.15 Histogram pengeluaran perbulan dan kemasan yang sering anda konsumsi	87
Gambar 4.6.16 Histogram pengeluaran perbulan dan dimana anda sering melihat iklan Aqua	88
Gambar 4.6.17 Histogram pengeluaran perbulan dan pernah menggunakan produk lain sebelum Aqua	90
Gambar 4.6.18 Histogram pengeluaran perbulan dan produk apakah yang digunakan sebelum Aqua	91

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Bagan 2.1	Urutan Tahapan Proses Pembelian	19
Bagan 2.2	Kerangka Konseptual Penelitian	22
Bagan 3.1	Proses Produksi Aqua	42

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Ketika seseorang ingin melakukan identifikasi terhadap kebutuhan, maka yang pertama kali harus ia lakukan adalah mengetahui faktor – faktor tentang keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Walaupun hal itu akan menjadi sangat kompleks. Jika kita melihat pada kebutuhan seseorang, maka jumlahnya cukup banyak dan sering berubah – ubah. Pengidentifikasian jumlah kebutuhan dan perubahannya tersebut dinamakan pengenalan kebutuhan. Beberapa dari kebutuhan dapat timbul sendiri karena pengaruh fisik dan psikologis. Sedangkan kebutuhan lainnya bersifat tersembunyi, yang akan muncul apabila didorong dari pengaruh orang lain. Struktur sosial dan kebudayaan dapat juga mempengaruhi kegiatan orang menjadi berbeda – beda dan pengambilan keputusan untuk menggunakan suatu produk juga diambil sesuai dengan kegiatan tersebut. Dalam mengidentifikasi kebutuhan, maka perlu bagi kita untuk mengetahui jenis – jenis kebutuhan yang ada pada setiap manusia.

Air minum merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi manusia. Karena diketahui dari riset kedokteran bahwa tubuh manusia terdiri dari cairan dan setiap harinya tubuh manusia kehilangan 95% cairan karena lelah beraktivitas sepanjang hari. Dehidrasi yang berkepanjangan dapat menyebabkan seseorang mengalami kekurangan cairan pada tubuh sehingga



seseorang berpotensi untuk menjadi lemas atau bahkan mengalami ketiadaksadaran / pingsan.

Bagi kesehatan sangat dianjurkan untuk minum air sebanyak 8 - 10 gelas sehari. Sebesar itulah ketergantungan kita pada air sehari-hari. Mandi dua kali sehari dan keramas minimal dua hari sekali, sangat dianjurkan untuk menjaga kebersihan dan kesegaran tubuh. Jika dilihat secara luas, air bahkan telah menjadi simbol ritual keagamaan dan kepercayaan, seperti; air wudhu, air baptis, air suci pengusir roh jahat, dll.<sup>1</sup>

Adapun manfaat yang diperoleh adalah sebagai berikut <sup>2</sup>: (1) Kulit sehat. Minum cukup air dapat menjaga kelembapan kulit, (2) Melindungi dan melumasi gerakan sendi dan otot, (3) Menjaga kestabilan suhu tubuh, (4) Membersihkan racun, (5) Menstabilkan pembuangan, (6) Memenuhi kebutuhan cairan tubuh, (7) Meminimalkan risiko serangan jantung, (8) Meminimalkan risiko infeksi organ dalam tubuh, (9) Memulihkan kondisi tubuh.

Air putih yang selama ini dikonsumsi untuk berbagai kebutuhan hidup, seperti; mandi, memasak, dan minum, ternyata diketahui bermanfaat meminimalkan risiko penyakit kanker. Susan Kleiner, PhD, RD, seorang ahli gizi dari Seattle, mengatakan bahwa mengonsumsi air dalam jumlah yang cukup berarti mengurangi risiko gangguan kesehatan berbahaya, seperti;

---

<sup>1</sup> www.indonesia.com

<sup>2</sup> Ibid

kanker kandung kemih, kanker usus, dan kanker payudara.<sup>3</sup> Dalam penelitian yang dilakukan di *Seattle's Fred Hutchinson Cancer Research Center*, pada beberapa responden perempuan yang memiliki kecenderungan tinggi mengalami kanker usus, ditemukan bahwa responden yang minum lebih dari lima gelas air sehari, memiliki risiko terkena kanker usus besar lebih rendah 45% dibandingkan responden yang hanya minum air dua gelas atau kurang dalam sehari.

Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa bukan kandungan nutrisi dalam air yang menyebabkan penurunan risiko kanker, melainkan karena air diduga dapat mempercepat perjalanan makanan di dalam usus besar, sehingga kontak yang terjadi antara zat pencetus kanker dengan dinding usus berkurang. Namun, hingga saat ini belum ditemukan penjelasan terperinci tentang hubungan antara mengonsumsi air dengan penurunan risiko kanker payudara. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 99 orang perempuan, yang 44 orang di antaranya mengidap kanker payudara, ditemukan fakta yang mengejutkan. Responden yang selama masa premenopause mengonsumsi air dalam jumlah memadai memiliki risiko terkena kanker payudara 33% lebih rendah, dibandingkan perempuan yang tidak terbiasa mengonsumsi air.<sup>4</sup>

Namun ada beberapa faktor yang menentukan air layak diminum atau tidak. Salah satu faktor penting adalah sumber air itu sendiri. Air minum

---

<sup>3</sup> <http://www.glorianet.org>

<sup>4</sup> Ibid

dalam kemasan yang berkualitas, hanya dihasilkan dari sumber air yang terjamin. Faktor inilah yang menjadi landasan utama AQUA dalam memproduksi air minumannya. AQUA adalah mountain spring water, artinya sumber air AQUA berasal dari mata air pegunungan yang mengalir ke permukaan bumi secara alami. Bukan disedot atau dipompa, bukan pula dari cabang mata air.<sup>5</sup>

Air dari mata air alami tersebut melewati lapisan batuan dan pasir di dalam bumi. Proses ini membuat AQUA tersaring secara alami, namun tetap mengandung berbagai mineral. Dalam menentukan mata air AQUA, dibutuhkan waktu dua tahun untuk melakukan penelitian yang ketat, serta uji mutu dari segi geologi, fisika, kimia dan mikrobiologi. Uji mutu tiap mata air pun dilakukan setiap jam.

Hal itulah yang menyebabkan kualitas produksi AQUA tetap terjaga, disamping juga penggunaan PET (*Poly Ethylene Terephthalate*) yang menjamin higienitas AQUA. Jadi jika disimpan dengan cara yang benar dan tetap tersegel, AQUA terjamin segar, tidak berbau dan tidak berasa. Hasilnya, AQUA selalu terjamin kualitasnya dan layak dikonsumsi. Agar kesehatan Anda terjamin, pastikan hanya AQUA yang Anda minum.<sup>6</sup> Aqua merupakan air minum dalam kemasan yang pertama di Indonesia, seiring dengan kompleksnya kegiatan sehari-hari, kebanyakan orang lebih memilih yang praktis, sehingga air minum dalam kemasan mulai diminati.

---

<sup>5</sup> [www.aqua.com](http://www.aqua.com).

<sup>6</sup> Ibid

Berikut tabel total penjualan bersih produk air minum dalam kemasan AQUA pada PT. Aqua Golden Missisipi di Indonesia:

Tabel 1.1  
Penjualan Produk AMDK AQUA  
PT. AQUA Golden Missisipi  
( dalam jutaan Rupiah)

Tahun	2002	2003	2004	2005
penjualan	1.021.899	1.284.692	1.517.359	1.435.217

Sumber : *www. Aqua.com*

Berikut tabel total penjualan bersih produk air minum dalam kemasan AQUA pada PT. Aqua Golden Missisipi di Sumatera Selatan:

Tabel 1.2  
Penjualan Produk AMDK AQUA  
PT. AQUA Golden Missisipi di Sumsel  
( dalam dus)

Tahun	2002	2003	2004	2005
penjualan	768.821	716.699	738.965	752.856

Sumber : *PT. AQUA Golden Missisipi Palembang.*

Data yang didapatkan mengenai jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1.3**  
**Komposisi Total Mahasiswa Terdaftar**  
**Semester Ganjil 2006 / 2007**

No	Jurusan	Pria	Wanita	Jumlah
1	Manajemen	168	182	350
2	Ekonomi Pembangunan	181	156	337
3	Akuntansi	137	254	391
Jumlah		486	592	1078

*Sumber : Kasubag Registrasi dan Statistik Fakultas Ekonomi UNSRI*

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti bahwa dari sejumlah mahasiswa Universitas Sriwijaya yang mengkonsumsi air minum dalam kemasan sebanyak 95% dari total mahasiswa fakultas ekonomi dengan jumlah 1024 mahasiswa.. Sedangkan mahasiswa fakultas ekonomi yang mengkonsumsi air minum dalam kemasan dengan merek Aqua berjumlah sekitar 50% dari total mahasiswa yang mengkonsumsi air minum dalam kemasan dengan jumlah akhir yaitu 512 mahasiswa..

Produk Aqua dapat ditemui di banyak tempat, terlebih lagi di daerah perkotaan, tetapi sangat disayangkan bahwa di dalam Universitas Sriwijaya sendiri masih sedikit sekali penjual yang menyediakan produk air minum dalam kemasan Aqua. Dari sembilan kantin dan dua pedagang yang berada di sekitar fakultas ekonomi, sebagian besar dari kantin dan pedagang menjual produk air minum dalam kemasan dengan merek Aira, sebanyak 5 kantin menjual Aira dan dua pedagang juga menjual produk Aira, hanya 4 dari 9 kantin tersebut yang menjual produk Aqua dan di kantin tersebut tidak hanya menjual produk Aqua tetapi juga menyediakan air minum dalam kemasan dengan merek lainnya.



Dari pengamatan yang tadi saya ungkapkan, dapat terlihat bahwa mahasiswa/I Fakultas Ekonomi yang mengkonsumsi produk air minum dalam kemasan Aqua membelinya di kantin – kantin tertentu.

Sejumlah mahasiswa mengungkapkan bahwa mereka lebih cenderung meminum air minum dalam kemasan karena menurut mereka produk tersebut lebih higienis, praktis dan harganya terjangkau.

Dari fenomena yang terjadi di kalangan mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya dan uraian mengenai manfaat air, maka penulis memilih judul: “Persepsi Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan AQUA”. ( Studi Kasus : Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana persepsi mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan AQUA ?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan AQUA.
2. Untuk mengetahui nilai dari pengukuran persepsi dan kekuatan hubungan mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya terhadap keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan AQUA.

#### 1.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang akan didapatkan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT. AQUA Golden Mississippi adalah bahwa penelitian ini dapat memberikan masukan mengenai persepsi mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya terhadap produk yang mereka produksi.
2. Bagi masyarakat adalah bahwa masyarakat dapat mengetahui tanggapan serta persepsi mengenai produk air minum kemasan Aqua.

#### 1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan merupakan susunan dari keseluruhan isi skripsi yang akan ditulis. Adapun rincian dari susunan tersebut adalah sebagai berikut:

### 1. Bab I

Bab ini disebut juga bab pendahuluan yang berisikan latar belakang dari permasalahan yang akan dibahas oleh penulis, perumusan dari masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, manfaat yang diperoleh dari penelitian.

### 2. Bab II

Bab kedua berisikan landasan teori atau studi pustaka yang merupakan kumpulan dari studi pustaka yang diambil dari beberapa sumber dan referensi. metodologi penelitian yang terdiri dari desain / rancangan penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian (identifikasi variabel penelitian, batasan variabel penelitian dan pengukuran variabel penelitian), instrumen penelitian, ruang lingkup penelitian, metode pengumpulan data dan alat analisis data serta lampiran dari kuesioner. Dan juga berisikan mengenai kerangka umum konseptual dan sistematika penulisan penelitian tersebut.

### 3. Bab III

Bab ketiga akan mengemukakan mengenai gambaran umum perusahaan yang terdiri dari sejarah berdirinya perusahaan, proses produksi produk perusahaan, ukuran produk yang ditawarkan kepada konsumen dan pesaing yang bergerak dalam industri sejenis.

#### 4. Bab IV

Bab keempat akan mencakup hasil analisis data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan menggunakan alat analisis yaitu soft ware SPSS for Window ver 11.5, yang berupa tabel, diagram, gambar serta grafik.

#### 5. Bab V

Bab terakhir ini berisikan mengenai kesimpulan yang ditarik oleh penulis berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh dari bab sebelumnya. Dan juga akan disertakan saran dari penulis bagi perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham Maslow, *Motivation and Personality* (New York: Harper & Row, 1954).
- Adi Nur Patria, *Analisis strategi bauran pemasaran dan keputusan pembelian produk air minum dalam kemasan Aqua*. Universitas Sriwijaya Indralaya (2004). (Tidak untuk dipublikasikan).
- Ahmadzaki Elfajri, *Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan agen harian Sumatera Ekspres dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen*. Universitas Sriwijaya Indralaya (2003). (Tidak untuk dipublikasikan).
- Alex S. Nitisemito. 1977. *Marketing*. Ghalia Indonesia Jakarta.
- Basu Swastha . 1999. *Manajemen Penjualan*. BPFE Yogyakarta.
- Cholid Narbuko et al. 2002. *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara Jakarta.
- Freddy Rangkuti. 2003. *Riset Pemasaran*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Henry Assael, *Consumer Behavior and Marketing Action* (Boston: Kent, 1987) Chapter 4.
- Husein Umar. 2000. *Metodologi Penelitian*. Penerbit Ghalia Jakarta.
- Kutipan dari Teori Maslow, oleh Dr. Abraham Maslow. Di dalam buku *Perilaku Konsumen* oleh Leon G Schiffman & Leslie Lazar Kanuk.



Kutipan Teori yang dikemukakan oleh Ricky & Ronald. Di dalam buku  
*Manajemen Pemasaran Jilid 1* oleh Philip Kotler.

Leon G. Shiffman & Leslie L. Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Indeks  
Jakarta.

Muhamad Teguh.. 2001. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Penerbit Grasindo  
Jakarta.

Philip Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. PT Prenhallindo Jakarta.

Philip Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 1*. PT Indeks  
Jakarta.

Singgih Santoso et.al. 2001. *Riset Pemasaran Konsep & Aplikasi dengan SPSS*.  
Elex Media Komputindo Jakarta.

Ujang Sumarwan. 1999. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Ghalia Jakarta.

[www.aqua.com](http://www.aqua.com)

[www.glorianet.org](http://www.glorianet.org)

[www.indomedia.com](http://www.indomedia.com)