

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Air merupakan salah satu dari sekian banyak zat yang ada di alam yang penting bagi kehidupan manusia. Air adalah kebutuhan dasar (primer) yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia yang menduduki urutan kedua setelah udara. Kebutuhan masyarakat akan air minum layak dan aman untuk dikonsumsi semakin meningkat setiap hari sedangkan ketersediaan air layak minum yang berkualitas dan terjamin dari segi kesehatan semakin sulit diperoleh. Hal ini juga dipengaruhi oleh peningkatan jumlah penduduk yang meningkat sangat cepat.

Tidak dapat dipungkiri bahwa air bersih merupakan kebutuhan utama dari manusia untuk kelangsungan hidupnya, kebutuhan air minum yang sehat dan layak dikonsumsi merupakan suatu peluang usaha bagi usaha pengisian air minum bermineral pada masa yang akan datang. Hal ini ditandai dengan makin banyaknya usaha sejenis yang bermunculan menunjukkan prospek yang cerah bagi perusahaan pengelola air ini untuk lebih maju dan berkembang. Karena dewasa ini hampir seluruh masyarakat terutama yang hidup di kota-kota besar mengkonsumsi produk air minum untuk memenuhi kebutuhannya akan minuman yang sehat dan bermineral. Akhir-akhir ini di masyarakat banyak terdapat depot air minum isi ulang yang menawarkan jasa pada konsumen untuk mengisi air mineral dalam galon.

Menurut Athena (2004:148) : ”Depot air minum isi ulang adalah depot industri yang melakukan proses pengolahan air baku menjadi air minum dan menjual langsung kepada konsumen”. Proses pengolahan air pada depot air minum isi ulang pada prinsipnya adalah filtrasi (penyaringan) dan desinfeksi (penyinaran *ultra violet*). Proses filtrasi dimaksudkan selain untuk memisahkan kontaminan tersuspensi juga memisahkan campuran yang berbentuk koloid termasuk mikroorganisme dari dalam air, sedangkan desinfeksi dimaksudkan untuk membunuh mikroorganisme yang tidak tersaring pada proses sebelumnya.

Ricko Qua adalah salah satu depot air minum isi ulang di Kabupaten Sintang yang menyediakan jasa dan produk untuk mengisi air minum dalam galon yang berlokasi di Jl. Mensiku Jaya Rt 03 Rw 01 Kelurahan Menyumbang Tengah Kabupaten Sintang.

Ricko Qua yang berdiri sejak Tahun 2012 telah berpengalaman dalam usaha jasa memenuhi kebutuhan air minum galon yang layak konsumsi. Sumber air yang digunakan adalah air sumur. Produk yang diproduksi hanya kemasan air dalam galon. Ricko Qua memiliki 4 karyawan yang mempunyai tugas masing-masing seperti mengurus proses produksi dan mengurus proses pengantaran galon. Sampai saat ini Ricko Qua melayani kebutuhan air minum galon pada instansi pemerintah dan swasta, rumah tangga di perumahan dan sekolah-sekolah. Harga yang ditawarkan oleh depot ini relatif murah dengan depot-depot lain.

Untuk konsumen yang mengambil sendiri harga yang diberikan Rp. 3000,00 dan diantar harga yang diberikan Rp. 4000,00.

Depot Air Minum isi ulang di Kota Sintang pada saat ini berjumlah 109 Depot.

Adapun jumlah Depot Air Minum Isi Ulang Di Kabupaten Sintang menurut Kecamatan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Dinas Kesehatan Kabupaten Sintang
Jumlah Depot Air Minum Isi Ulang Di Kabupaten Sintang
Menurut Kecamatan
Tahun 2017

No	Kecamatan	Jumlah
1	Sintang	55
2	Dedai	16
3	Kelam Permai	11
4	Sepauk	13
5	Sei Tebelian	14

Sumber : Dinas Kesehatan Kabupaten Sintang 2017

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah Depot Air Minum Isi Ulang Di Kabupaten Sintang paling banyak terdapat di Kecamatan Sintang. Adapun Nama Depot Air Minum Isi Ulang Di Kabupaten Sintang dapat dilihat di lampiran 2.

Adapun harga Air Minum Isi Ulang Di Depot Ricko Qua Sintang, seperti yang terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2
Depot Ricko Qua Sintang
Harga Air Minum Isi Ulang
Tahun 2017

No	Jenis Penjualan	Harga / Galon
1	Konsumen Ambil Sendiri	Rp. 3.000,00
2	Diantar ke Konsumen	Rp. 4.000,00
3	Pembelian Galon dan Air	Rp. 45.000,00

Sumber : Depot Air Minum isi Ulang Ricko Qua 2017

Dari Tabel 1.2 dapat diketahui harga air minum isi ulang bervariasi menurut jenis penjualan. Ricko Qua Sintang dalam 3 tahun terakhir ini tidak mengalami kenaikan harga.

Ricko Qua Sintang mengalami kenaikan dan penurunan jumlah penjualan dari Tahun 2014 sampai Tahun 2016, seperti yang terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.3
Depot Ricko Qua Sintang
Jumlah Penjualan (Galon)
Tahun 2014 - 2016

No	Tahun	Jenis Penjualan	Jumlah	Naik / Turun (%)
1	2014	Konsumen Ambil Sendiri	15.600	
		Diantar ke Konsumen	14.825	
		Pembelian Dengan Galon	15	
2	2015	Konsumen Ambil Sendiri	18.720	20,00%
		Diantar ke Konsumen	12.920	(12,85%)
		Pembelian Dengan Galon	10	(33,33%)
3	2016	Konsumen Ambil Sendiri	13.840	(26,07%)
		Diantar ke Konsumen	12.290	(4,88%)
		Pembelian Dengan Galon	7	(30,00%)

Sumber : Data Olahan 2017

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat diketahui bahwa jumlah penjualan setiap tahun mengalami kenaikan dan penurunan. Pada Tahun 2015 penjualan konsumen ambil sendiri meningkat 20,00%, penjualan diantar ke konsumen menurun 12,85% dan pembelian dengan galon menurun 33,33% sedangkan pada Tahun 2016 penjualan konsumen ambil sendiri menurun 26,07%, penjualan diantar ke konsumen menurun 4,88% dan pembelian dengan galon menurun 30,00%.

Berikut ini jumlah pendapatan Depot Ricko Qua Sintang Tahun

2014 – 2016 :

Tabel 1.4
Depot Ricko Qua Sintang
Jumlah Pendapatan
Tahun 2014 – 2016
(Dalam Rupiah)

Jenis Penjualan	2014	2015	2016
Konsumen Ambil Sendiri	46.800.000,00	56.160.000,00	41.520.000,00
Diantar ke Konsumen	59.300.000,00	51.680.000,00	49.160.000,00
Pembelian Dengan Galon	675.000,00	450.000,00	315.000,00
Total	106.775.000,00	108.290.000,00	90.995.000,00

Sumber : Depot Air Minum Isi Ulang Ricko Qua 2017

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat diketahui bahwa setiap tahun jumlah pendapatan berfluktuasi. Pada Tahun 2015 jumlah pendapatan meningkat 1,42% dari Tahun 2014, sedangkan pada Tahun 2016 mengalami penurunan 15,97% dari Tahun 2015.

Berdasarkan wawancara dengan Pemilik Depot Air Minum Isi Ulang Ricko Qua Sintang terdapat beberapa proses pembelian atau pemesanan air galon sebagai berikut :

1. Pemesanan melalui telepon
2. Konsumen langsung membawa sendiri dari Depot Ricko Qua
3. Pemesanan konsumen langsung datang ke Depot

Waktu pemesanan tergantung stok siap jual masih tersedia atau habis. Kalau habis perlu melakukan proses pencucian galon, pembilasan galon, pengeringan, pengisian air dan penyegelan tutup sekitar 15 menit – 20 menit. Kalau galon siap antar masih ada, karyawan Depot Ricko Qua langsung mengantar pesanan konsumen, tidak perlu lama hanya 5 menit – 10 menit tergantung jarak pemesanan.

Menurut pimpinan Depot Air Minum Isi Ulang Ricko Qua beberapa hal yang sering dikeluhkan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Terlambat Pengiriman
2. Galon baru ditukar dengan galon yang kusam

Keluhannya disampaikan langsung secara lisan kepada pimpinan dan karyawan Depot Air Minum Isi Ulang Ricko Qua.

Penelitian oleh Mulyadi (2009) yang berjudul "Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Pengguna Handphone Merek Nokia Di Universitas Halu Oleo Kendiri". Dari Analisis uji t diperoleh hasil

bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek pada pengguna Handphone Merek Nokia di Universitas Halu Oleo Kendari, di mana nilai t hitung = 9,489 > t tabel = 2,011 dengan nilai t sig = 0,000 yang berarti lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Depot Air Minum Isi Ulang Ricko Qua Di Sintang”.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Depot Air Minum Isi Ulang Ricko Qua Sintang ?

C. Pembatasan masalah

Untuk membuat penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas dari pembahasan masalah yang diteliti, maka dalam analisis ini penenliti membatasi hanya pada variabel-variabel dimensi kualitas layanan sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*Reliability*)
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Untuk variabel loyalitas dapat dibatasi dengan enam indikator pengukuran loyalitas sebagai berikut :

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan mengkonsumsi merek
3. Rasa suka yang besar pada merek
4. Ketetapan pada merek
5. Keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik
6. Perekomendasi merek kepada orang lain

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada Depot Air Minum Isi Ulang Ricko Qua Sintang.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi fasilitas bagi peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan sesuai dengan disiplin ilmu yang peneliti tekuni.

2. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Depot Ricko Qua Sintang berupa informasi mengenai kepuasan pelanggan dan dapat meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan dan menambah pelanggan.

3. Bagi Almamater

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan membantu rekan-rekan mahasiswa atau peneliti lain yang berminat untuk meneliti masalah yang sama.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler dalam E.M Sangadji dan Sopiah (2013 : 181) : “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya”.

Menurut Sumarwan (2015 : 390) : “Loyalitas merek (*brand loyalty*) diartikan sebagai sikap positif seseorang konsumen terhadap suatu merek, konsumen memiliki keinginan kuat untuk membeli ulang merek yang sama pada saat sekarang maupun masa datang”.

Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Parasuraman et al dalam Tjiptono (2016 : 137) telah mengidentifikasi 5 (lima) dimensi kualitas layanan, yaitu :

1. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*) yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan

dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

4. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

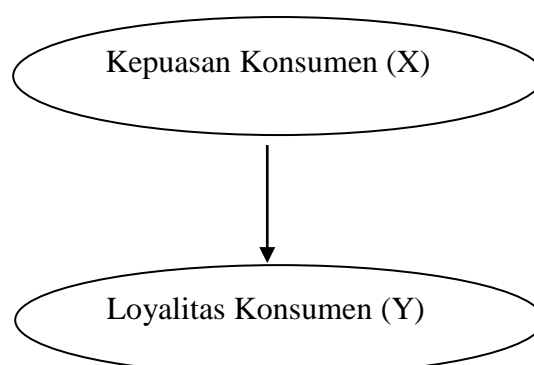
Menurut Tjiptono (2005:85) mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen sebagai berikut :

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan mengkonsumsi merek
3. Rasa suka yang besar pada merek
4. Ketetapan pada merek
5. Keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik
6. Rekomendasi merek kepada orang lain

Menurut Griffin (2005:31) bahwa konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian secara teratur
2. Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa
3. Mereferensikan kepada orang lain
4. Menunjukkan kekebalan tarikan dari pesaing

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Sukardi (2003: 14) : “Pada penelitian deskriptif, para peneliti berusaha menggambarkan kegiatan penelitian yang dilakukan pada objek tertentu secara jelas dan sistematis”.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut Sukardi (2003 : 182) : “Observasi dilakukan dengan tujuan agar dapat mengamati dan mencatat fenomena yang muncul dalam variabel terikat sebagai akibat dari adanya kontrol dan manipulasi variabel”. Dalam penelitian ini peneliti turun ke lapangan yaitu Depot Ricko Qua Sintang untuk dapat mengamati dan mencatat segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel dalam penelitian.

b. Wawancara

Menurut Sunyoto (2012 : 32) : “Wawancara merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung, mendalam, tidak terstruktur, dan individual”. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan

pimpinan Depot Ricko Qua Sintang diperoleh informasi tentang proses produksi dan proses pemasaran.

c. Kuesioner

Menurut Sukardi (2003 : 76) : “Kuesioner sering disebut angket di mana terdapat beberapa macam pertanyaan yang berhubungan erat dengan masalah penelitian yang hendak dipecahkan, disusun, dan disebar ke responden untuk memperoleh informasi di lapangan”.

Dalam penelitian ini kuesioner akan disebar kepada seluruh responden yang menjadi konsumen Depot Ricko Qua Sintang dan diberikan pertanyaan yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2012 : 61) : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Depot Ricko Qua Sintang.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2012 : 62) : “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.

Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini digunakan pendekatan Isac Michel dalam Siregar (2012 : 62) dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z a/2)^2 p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan :

n = sampel

p = proporsi populasi

q = 1-p

Z = tingkat kepercayaan/signifikan

e = *margin of error*

Dalam penelitian ini proporsi konsumen membeli air galon isi ulang sebesar 0,3 dengan tingkat signifikan 90% dan *margin error* 10%. Maka jumlah sampel yang harus diambil adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,64)^2 0,3 \cdot 0,7}{(0,1)^2}$$

n = 56,8 (57 responden)

Jadi, dalam penelitian ini akan diambil sampel minimal adalah 57 responden. Berdasarkan hal tersebut peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini adalah *non random sampling*, yaitu *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2012 : 68) : “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli Air Isi Ulang di Depot Ricko Qua minimal dua kali.

4. Analisis Data

a. Uji Instrumen

1. Validitas

Menurut Siregar (2012 : 75) : “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it succesfully measure the phenomenon*)”.

Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas konstruk dengan teknik *product moment*, yaitu :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber : Siregar (2012 : 77)

Keterangan :

n = Jumlah responden

x = Skor variabel (Jawaban Responden)

y = Skor total dari variabel untuk responden ke-n

2. Reliabilitas

Menurut Siregar (2012 : 87) : “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula”.

Dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* maka suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6. Rumus yang digunakan untuk menentukan reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : Siregar (2012 : 90)

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_1^2 = Varian total

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2012 : 261) : “Regresi sederhana didasarkan pada hubungan dengan satu variabel independen dengan satu

variabel dependen”. Adapun persamaan regresi sederhana dalam penelitian ini dituliskan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Di mana :

\hat{Y} = Prediksi variabel loyalitas

a = Nilai konstan yaitu nilai loyalitas

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel loyalitas yang didasarkan pada perubahan variabel kepuasan. Bila (+) arah garis naik, dan nilai (-) maka arah garis turun.

X = Kepuasan konsumen

Di mana nilai Y adalah variabel loyalitas konsumen dan nilai X adalah variabel kepuasan konsumen.

c. Koefisien Korelasi Sederhana (R)

Menurut Siregar (2012 : 337) : “Korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”.

Nilai korelasi (r) = (-1 ≤ 0 ≤ 1). Rumus :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Sumber : Siregar (2012 : 339)

Keterangan :

n = Jumlah data (Responden)

x = Variabel bebas (Kepuasan)

y = variabel terikat (Loyalitas)

d. Koefisien Determinasi

Menurut Siregar (2012 : 338) : “Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh variabel X (kepuasan konsumen) terhadap Y (loyalitas konsumen)”.

Rumus : $KD = (r)^2 \times 100\%$

e. Uji Korelasi

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap variabel bebas kepuasan konsumen (X) apakah mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat atau loyalitas konsumen (Y). Dengan demikian akan dapat diketahui model hubungan fungsional antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen yang terbentuk pada penelitian ini, digunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Menurut Sudjana (2001 : 261) dalam uji korelasi yang akan diuji adalah :

H : $\rho = 0$: korelasi tidak berarti

A : $\rho > 0$: korelasi berarti (ada hubungan antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen)