

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, banyak perusahaan yang mengalami penurunan akibat perekonomian yang tidak stabil dan inflasi yang melanda negara Indonesia. Salah satu masalah yang timbul adalah semakin tajamnya persaingan diantara perusahaan satu dengan perusahaan lain yang menciptakan adanya suatu persaingan bisnis. Perusahaan dapat menjadi pemenang dalam persaingan bisnisnya apabila perusahaan mampu menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya. Jika perusahaan dapat menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya tentu perusahaan tersebut dapat memperoleh keuntungan yang besar pula.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan dunia teknologi yang semakin maju dan pesat sangat membantu bagi manusia dalam pekerjaannya dan juga bagi perkembangan dunia usaha. Terlebih pada teknologi komputerisasi yang semakin luas cakupannya. Ini didukung pula dengan komputer yang dapat menggantikan atau mempermudah pekerjaan manusia dalam aktivitas kesehariannya. Dengan cara kerjanya yang jauh lebih cepat sehingga waktu yang digunakan pun semakin efisien.

Indonesia sebagai salah satu negara yang sedang berkembang dan dari segi perekonomiannya haruslah memiliki suatu terobosan baru dalam hal pemasaran atau penjualan produk – produknya. Selama ini kita tahu bahwa dalam hal memasarkan atau penjualan produk – produk, khususnya makanan dan

minuman kita masih mengandalkan pelayanan secara umum yaitu dengan cara penjual dan pembeli bertemu secara langsung.

Menurut Salomon dan Stuart (1997) dikutip dari Andrawan Diponugroho (2015) mengemukakan bahwa dalam pemasaran, inovasi tidak terbatas pada penciptaan produk yang benar-benar baru pertama kali ada di dunia namun juga termasuk di dalamnya adalah setiap produk baru yang diperkenalkan perusahaan. Melihat dari hal itu, sebenarnya kita dapat memperhitungkan berapa banyak biaya yang kita keluarkan dari setiap pembelian makanan dan minuman di berbagai toko yang berbeda dengan harga yang tidak merata.

Hermawan (2004) mengatakan bahwa teknologi yang menjadi pemenang dan berkembang pesat adalah teknologi yang melayani dan mengakomodasi manusia secara keseluruhan. Bukan sekedar teknologi canggih yang diciptakan untuk “kecanggihan itu sendiri”. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan dunia teknologi, Indonesia diharapkan mampu memulai perubahan dalam hal penjualan produk makanan dan minumannya. Contohnya adalah inovasi mesin penjual otomatis yang disebut *Vending Machine* yang dilakukan oleh PT Putri Aquarius. Jika dahulu alat atau sarana untuk jual-beli hanya menggunakan toko, atau penjual yang menjajakan barang dagangannya secara manual dan harus ada penjual dan pembeli saat melakukan transaksi, saat ini kita dapat melakukan kegiatan jual-beli melalui *Vending Machine*.

Vending Machine adalah mesin yang dapat mengeluarkan barang-barang seperti makanan ringan, minuman ringan seperti minuman soda, alkohol, rokok, tiket lotre, produk konsumen, dan bahkan emas dan permata untuk pelanggan secara otomatis. Layaknya penjual asli, mesin ini akan mengeluarkan barang yang kita inginkan setelah kita membayarnya dengan cara memasukkan sejumlah koin maupun uang kertas (Wikipedia, 2017).

Penjualan minuman pada *Vending Machine* hingga saat ini masih menjadi penjualan yang populer dan banyak diminati oleh konsumen seperti yang terlihat pada tabel penjualan produk minuman di beberapa daerah di bawahini :

Tabel 1.1

Penjualan Produk Minuman Pada Vending Machine (dalam Pcs)

Wilayah	2014	2015	2016	2017	Total
Lombok	525.750	556.900	545.700	654.000	2.282.350
Makassar	765.500	632.000	656.800	780.000	2.834.300
Balikpapan	454.000	456.000	455.600	545.200	1.910.800
Surabaya	875.540	888.900	987.300	1.205.000	3.956.740
Manado	54.000	56.600	67.800	45.250	223.650

Sumber : Data Penjualan PT Putri Aquarius, 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan jumlah angka penjualan produk minuman pada *vending machine* di masing-masing wilayah cabang yang dimiliki oleh PT Putri Aquarius, dan angka penjualan yang besar terdapat pada wilayah Surabaya yaitu sebesar 3.956.740.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dalam rangka mengkaji tentang daya tarik, kepercayaan, minat beli dan keputusan pembelian pada *vending machine* di PT Putri Aquarius, maka peneliti memfokuskan penelitian yang berjudul :

“PENGARUH DAYA TARIK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN PADA VENDING MACHINE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING STUDI PADA PT PUTRI AQUARIUS DI SIDOARJO“

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diutarakan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Daya Tarik berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk minuman pada Vending Machine ?
2. Apakah Kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk minuman pada Vending Machine ?
3. Apakah Daya Tarik berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman pada Vending Machine melalui Minat beli sebagai variabel intervening ?
4. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman pada Vending Machine melalui Minat beli sebagai variabel intervening ?
5. Apakah Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap Minat beli sebagai variabel intervening ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Pembelian produk minuman pada Vending Machine.
2. Pengaruh Kepercayaan konsumen terhadap Keputusan Pembelian produk minuman pada Vending Machine.
3. Pengaruh Daya Tarik terhadap Minat Beli sebagai variabel intervening.
4. Pengaruh Kepercayaan konsumen terhadap Minat Beli sebagai variabel intervening.

5. Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli sebagai variabel intervening.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan mempunyai kegunaan sebagai berikut :

- 1) Bagi Penulis

Sebagai pengembangan ilmu yang telah didapatkan selama dibangku perkuliahan dan pembelajaran sehingga dapat memberikan tambahan ilmu baru dan wawasan yang lain tentang *vending machine*.

- 2) Bagi STIE Mahardhika Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperkaya wawasan mengenai pemasaran dan menjadikan referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

- 3) Bagi Perusahaan, PT. Putri Aquarius

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan evaluasi untuk perusahaan dalam inovasi produk dan pemasaran agar dapat terus menarik minat pembeli pada *vending machine*.