**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Pada zaman sekarang ini, dunia bisnis terus berkembang pesat. Seiring dengan perkembangan tersebut, perusahaan berlomba – lomba untuk dapat menjadi yang terdepan dan terkuat dengan menciptakan produk – produk baru maupun mengembangkan produk yang sudah ada. Perusahaan yang ini maju dan bertahan pasti akan lebih berkreatif dan inovatif untuk dapat mencapai tujuan mendapatkan pangsa pasar yang dituju. Karena perkembangan globalisasi yang cukup pesat, maka muncul berbagai dampak pencemaran lingkungan yang menyebabkan pemanasan global sehingga bumi menjadi semakin panas dari tahun ke tahun dan tercemarnya air bersih.

Hal tersebutlah yang menyebabkan kebutuhan air bersih dan dapat ditemukan dimana – mana sangatlah dicari dan dibutuhkan selain karena banyak air sudah tercemar sehingga menjadi tidak sehat dan dibutuhkannya air yang praktis tanpa harus bersusah payah untuk mendapatkannya, sehingga perusahaan mulai mengembangkan air minum dalam kemasan (AMDK) yang menjadi pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Pada saat ini penggunaan air minum dalam kemasan (AMKD) sudah banyak digunakan sehari – hari dan masyarakat tidak bisa lepas dari air minum dalam kemasan sehingga persaingan dari berbagai merek sudah mulai bermunculan dan terus meningkat setiap tahunnya. Kebutuhan air bersih yang terdapat dalam air minum dalam kemasan tidak bisa terlepas dari kualitas dari produk Ades yang harus memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan dari air minum dalam kemasan. Kualitas produk yang baik akan memberikan konsumen kepercayaan dan kepuasan seperti kualitas air yang bersih sesuai dengan apa yang dicari oleh konsumen dalam air minum, kemudian kualitas botol dikarenakan air minum dalam kemasan lebih sering dibawa baik didalam tas maupun ditempat lainnya sehingga bila kualitas dari botol air minum kurang baik maka dapat memberikan kesan yang cukup buruk sama halnya dengan kualitas air. Tentu saja dengan memberikan kualitas yang baik tidak akan cukup bila konsumen tidak puas terhadap produk yang ditawarkan, konsumen yang puas dengan produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diharapkan akan memberikan kesan baik kepada konsumen sehingga konsumen yang puas pada produk air minum yang dinilai mampu memberikan apa yang dibutuhkan dari air minum dalam kemasan. Baik kualitas dari suatu produk dan kepuasan dari konsumen sudah baik maka konsumen akan menjadi loyal atau setia pada produk tersebut, terdapat banyak air minum dalam kemasan yang terdapat di pasaran saat ini dan para produsen tidak dapat mengabaikan kualitas dari produk mereka apakah sesuai dengan kebutuhan konsumen atau tidak dan memberikan kepuasan dari produk yang sudah banyak di produksi adalah hal penting terutama air minum dalam kemasan.

Ades adalah salah satu Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang cukup banyak dicari atau ditemukan dipasaran. Ades merupakan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang dimiliki oleh PT. Coca Cola Amatil Indonesia. Saat ini, Ades diproduksi oleh PT. Coca Cola Bottling Indonesia, Bekasi dan PT. Akasha Wira International, Tbk.

Ades sudah terkenal dari dahulu sampai sekarang dan bersaing dengan merek Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Aqua yang sudah ada sejak dahulu dan juga *brand* lain yang baru keluar seperti Le Minerale.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Deskripsi dan Korelasi Persepsi Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Produk Ades di daerah Kelapa Gading Jakarta Utara”

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu:

1. Bagaimana persepsi kualitas produk Ades?
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap Ades?
3. Bagaimana loyalitas konsumen terhadap Ades?
4. Bagaimana korelasi persepsi kualitas produk dan kepuasan konsumen?
5. Bagaimana korelasi persepsi kualitas produk dan loyalitas konsumen?
6. Bagaimana korelasi kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen?
7. **Batasan Penelitian**

Batasan penelitian yang ditetapkan penulis untuk penelitan ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah Air Minum Dalam Kemasan merek Ades.
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi air minum dalam kemasan Ades.
3. Wilayah penelitian adalah daerah Kelapa Gading
4. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka permasalahan yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

Deskripsi dan Korelasi antara Persepsi Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen

1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitan ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui persepsi kualitas produk Ades
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap Ades
3. Untuk mengetahui loyalitas konsumen terhadap Ades
4. Untuk mengetahui korelasi antara persepsi kualitas produk dan kepuasan konsumen
5. Untuk mengetahui korelasi antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen
6. Untuk mengetahui korelasi antara persepsi kualitas produk dan loyalitas konsumen
7. **Manfaat Penelitian**

Penelian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk membangun kembali kualitas produk dan kepuasan konsumen dari air minum dalam kemasan merek Ades dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing dan mendapatkan loyalitas dari konsumen dalam industri air minum dalam kemasan.

1. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar atau acuan untuk penelitian selanjutnya.

1. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen,dan Loyalitas Konsumen