

---

## FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK AMDK MEREK *LE MINERALE* DI SURABAYA

Elias Sapolaga<sup>1</sup>, Erwin Rediono Tan<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Widya Kartika

<sup>2</sup>Universitas Widya Kartika

Email : [eliassapolaga@gmail.com](mailto:eliassapolaga@gmail.com)

### Abstrak

Latar belakang diangkatnya Penelitian ini adalah karena Le Minerale menduduki posisi yang jauh daripada pesaingnya yaitu Aqua. Sementara produk Le Minerale sudah memiliki kualitas yang sesuai dengan SNI baik dari Kemasan, rasa, dan harga akan tetapi market share daripada produk Le Minerale ini masih terbilang kecil. Adanya persaingan perusahaan dalam memproduksi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang semakin banyak bermunculan. Perusahaan kurang memperhatikan kualitas produknya dari perspektif konsumen. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan pembelian produk AMDK Merek Le Minerale di Surabaya? dan faktor apakah yang pengaruhnya dominan terhadap keputusan pembelian Produk AMDK merek Le Minerale di Surabaya. Jenis penelitian dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan sumber data primer yaitu Kuesioner. Jumlah responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Analisa Faktor dengan program SPSS. Hasil penelitian ini adalah terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk AMDK merek le minerale di Surabaya yaitu yang pertama adalah "Keseimbangan antara Kualitas Produk dengan Harga Produk" dan yang kedua adalah "Atribut Produk". Faktor yang pengaruhnya dominan dalam keputusan pembelian produk AMDK merek le minerale di Surabaya adalah Keseimbangan antara Kualitas Produk dengan Harga Produk.

**Kata Kunci** : faktor, dipertimbangkan, konsumen, AMDK, le minerale.

### Abstract

The background of this research is because Le Minerale occupies a position far from its competitor, Aqua. While Le Minerale products already have quality that is in accordance with SNI both from packaging, taste, and price, but the market share of Le Minerale products is still relatively small. There is competition from companies in producing Bottled Drinking Water (AMDK) which is increasingly popping up. Companies pay less attention to the quality of their products from a consumer perspective. The purpose of this research is to find out what factors influence the decision to buy AMDK Le Minerale Brand products in Surabaya? and what factors are dominant influences on the decision to purchase Amdk Products brand Le Minerale in Surabaya. This type of research and data collection in this study uses a type of quantitative research with a primary data source, namely Questionnaire. The number of respondents studied in this study amounted to 100 respondents. The data analysis technique used in this study is the Factor Analysis Technique with the SPSS program. The results of this study are two factors that influence the decision to buy AMDK products brand le minerale in Surabaya, the first is "Balance between Product Quality and Product Price" and the second is "Product Attributes". The dominant factor in the decision to survey amdk products brand le minerale in Surabaya is the balance between product quality and product price.

**Keywords**: factor, considered, consumer, AMDK, le minerale.

## 1. PENDAHULUAN LATAR BELAKANG

Air yang merupakan kekayaan alam serta dilindungi negara memiliki banyak manfaat salah satunya sebagai air minum. Seperti diketahui, kadar air dalam tubuh manusia

mencapai 70% dan untuk tetap hidup air dalam tubuh harus dipertahankan dengan memenuhi Kebutuhan air minum dalam tubuh yang bervariasi mulai dari 2,1 liter hingga 2,8 liter per hari, tergantung pada berat badan dan aktivitas yang dilakukan. Namun, untuk tetap sehat dan bugar, air minum harus memenuhi kualitas berdasarkan persyaratan yang ada yakni fisik, kimia, maupun bakteriologis (Suriawiria, 1996).

Menurut Slamet (2004), air mineral yang layak dikonsumsi memiliki syarat yakni tidak berwarna, tidak berasa, dan tidak berbau. Air pun sekurang-kurangnya tidak mengandung kuman patogen yang berbahaya bagi kesehatan tubuh manusia. Selain itu kebutuhan kualitas dan kuantitas air, harus dipenuhi supaya masyarakat dapat hidup sehat sesuai yang diharapkan.

Hal yang mendorong banyak perusahaan air minum dalam kemasan (AMDK) bermunculan adalah Semakin sadarnya masyarakat untuk hidup sehat serta menginginkan hal yang praktis, Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Air Kemasan Indonesia (Aspadin) Rachmat Hidayat (2020), mengatakan saat ini jumlah industri air minum dalam kemasan di dalam negeri mencapai 1.032 unit dengan 7.780 merek. Perusahaan air minum dalam kemasan bersaing untuk menciptakan sebuah produk (AMDK) yang memiliki kekuatan dengan menawarkan kualitas yang telah melalui uji laboratorium.

### **RUMUSAN MASALAH**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :  
Adakah sejumlah faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk AMDK merk le minerale di Surabaya?

### **TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian secara umum untuk memberikan tambahan ilmu pengetahuan bahwa mempertahankan kualitas dalam setiap produk merupakan hal yang akan memberikan manfaat untuk perusahaan terkait faktor kualitas air minum yaitu kualitas air, fitur produk, desain produk, harga dan merek produk, sedangkan tujuan khusus dari penelitiannya adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan pembelian produk AMDK merk *Le Minerale* di Surabaya.
2. Untuk mengetahui faktor apa yang pengaruhnya dominan dalam keputusan pembelian produk AMDK merk *Le Minerale* di Surabaya.

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **Air Minum Dalam Kemasan**

Air Minum Dalam Kemasan menurut Departemen Perdagangan dan Perindustrian dalam revisi SNI 01-3553-2006, didefinisikan sebagai air yang telah diproses, dikemas dan aman untuk diminum langsung. Menurut Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia No.96/ M-IND/ PER/ 12/ 2011, air minum dalam kemasan merupakan air baku yang diproses sesuai dengan persyaratan teknis.

#### **Standar Air Minum Dalam Kemasan**

Pengujian mutu dilakukan oleh lembaga pengujian mutu, perolehan sertifikat dilakukan sesuai undang-undang. Syarat kemasan yaitu jika kemasan sekali pakai harus terbuat dari bahan food grade, tidak bereaksi terhadap pencuci atau disinfektan, tidak boleh dipakai ulang. Untuk kemasan yang dipakai ulang harus memiliki ketebalan 0.5 mm dan tahan suhu minimal 600 C dengan kontak minimal 15 detik. Untuk label wajib mencantumkan nama, nama produsen dan alamat, tanda SNI dan kode produksi, nomor BPOM, volume, tanggal kadaluarsa. Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata,

huruf, angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut sebagai pembeda dalam kegiatan dagang.

### **Pengertian Kualitas**

Adapun pengertian kualitas menurut American Society for Quality dari buku Heizer & Render (2006:253) : “Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mampu memuaskan kebutuhan yang terlihat atau yang tersamar”. Para ahli lainnya juga mempunyai pendapat yang berbeda tentang pengertian kualitas, diantaranya adalah, Menurut Crosby (2007:58) dalam buku pertamanya “Quality is Free” menyatakan bahwa, kualitas adalah “conformance to requirement”, yaitu sesuai dengan yang diisyaratkan atau distandarkan.

## **2. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan sumber data primer yaitu Kuesioner. Jumlah responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Analisa Faktor dengan program SPSS.

## **3. HASIL & PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil daripada SPSS didapat 2 faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk AMDK merek *Le Minerale* di Surabaya, dimana yang pertama adalah “keseimbangan antara kualitas produk dengan harga produk” dan yang kedua adalah “atribut produk”. Faktor yang pengaruhnya dominan terhadap keputusan pembelian produk *Le Minerale* khususnya di Surabaya adalah “keseimbangan antara kualitas produk dengan harga produk”.

## **4. KESIMPULAN & SARAN**

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya telah menjelaskan dengan saksama bahwa adanya faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk AMDK merek *Le Minerale* di Surabaya. Faktor yang pertama dan yang dominan adalah “Keseimbangan antara Kualitas Produk dengan Harga Produk”. Faktor yang kedua adalah “Atribut Produk”. Faktor yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah Keseimbangan antara Kualitas Produk dengan Harga Produk.

### **SARAN**

Faktor-faktor yang telah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya yaitu yang pertama faktor keseimbangan antara kualitas produk dengan harga produk. Dan yang kedua atribut produk. Faktor yang pengaruhnya dominan dalam keputusan pembelian produk AMDK merek *Le Minerale* di Surabaya adalah Keseimbangan antara Kualitas Produk dengan Harga Produk. Dapat diperhatikan oleh Perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasar. Oleh karena itu juga perusahaan perlu memperhatikan kualitas produknya dari sudut pandang konsumen.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- ADELIA, ND Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Pada PT. Telkom Akses Medan.
- Aditya, R. W. (2019). Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan “Studi Kasus Konsumen AMDK Merek *Le Minerale* di Yogyakarta”.
- Firdaus, M. F. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN

KONSUMEN DALAM MEMILIH WARUNG KOPI (*Doctoral* dissertation, STIE PGRI Dewantara).

Jonathan Sarwono, (2013). Statistik Multivariat Aplikasi Untuk Riset Skripsi.

Mayangsari, R., & Irawati, R. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Kek Pisang Villa Kota Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 228-241.

Singgih Santoso, (2017). Statistik Multivariat dengan SPSS.

Syahabuddin, A., & Zulziar, M. (2021). Analisis Cacat Produk *Viro Core Collection* dengan *Metode Fault Tree Analysis*, Analisis Faktor dan Perbandingan. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya* , 7 (1), 23-29.

Theodara, S., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Merek Minuman Le Minerale Terhadap Minat Beli Konsumen Anak Muda Di Wilayah Kelurahan Penggilingan Jakarta Timur. *IKON* , 26 (2), 110-131.