

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Berkembangnya dunia industri yang semakin pesat mengakibatkan pola pikir manusia untuk terus berorientasi pada revolusi perindustrian yang mengakibatkan ekspansi usaha seperti pembangunan pabrik yang mengesampingkan perhatiannya terhadap lingkungan memicu terjadinya kerusakan lingkungan hidup. Pemasar yang pintar akan memandang isu lingkungan hidup sebagai peluang untuk dapat memuaskan keinginan konsumen untuk dijadikan suatu ancaman. Pemasar akan menerapkan isu-isu lingkungan sebagai strategi pemasarannya yang menjadi fenomena dalam dunia pemasar yaitu *green marketing*. (Dwi Lestari et al, 2018)

*Green marketing* merupakan konsep manajemen pemasaran yang menerapkan pemasaran harus berpedoman terhadap lingkungan sehingga dapat menciptakan alat pemasaran seperti produk, promosi, harga, dan saluran distribusi yang memperhatikan aspek lingkungan. Tineke Wolok (2018:9) *green marketing* terdiri dari modifikasi produk, pergantian packaging, perubahan proses yang berwawasan lingkungan. Perusahaan harus bertahan menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, sehingga perusahaan dituntut untuk memiliki strategi *green marketing* yang tepat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Seseorang akan memutuskan membeli atau tidak suatu barang setelah melihat *green product* dan *green price*. Hal ini diharapkan dapat mengoptimalkan kepuasan konsumen terhadap suatu produk sehingga konsumen akan memiliki keputusan untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan data Aspadin (Asosiasi Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Indonesia), masyarakat Indonesia mengkonsumsi 3094 miliar liter air minum dalam kemasan pada tahun 2022 dan mengalami peningkatan 10% setiap tahunnya seiring pertumbuhan jumlah penduduk. Adanya potensi industri AMDK yang terus berkembang menyebabkan persaingan yang kuat antar produsen AMDK untuk dapat membuat variasi produk dengan didukung strategi pemasaran yang baik dalam menarik perhatian konsumen. Banyaknya brand AMDK yang terdapat di Indonesia menunjukkan adanya daya saing yang tinggi pada industri AMDK. Perusahaan akan terus bersaing untuk menjadikan *brand* produk mereka berada pada *top brand indeks* dan berkesan bagi para konsumen.

**Tabel 1. 1**  
**Top Brand Indeks (TBI) Kategori Air Minum Dalam Kemasan di Indonesia Tahun 2023**

Brand	Top Brand Indeks
AQUA	55,10%
LE MINERALE	14,50%
ADES	5,30%
CLEO	4,20%
CLUB	3,50%

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com), (2023)

AMDK Cleo meluncurkan inovasi *green product* dengan menghadirkan kemasan yang ramah lingkungan bernama *Cleo Eco Green*. Inovasi tersebut hadir sebagai hadiah bagi Indonesia sekaligus bentuk kepedulian AMDK Cleo dalam mendukung program pemerintah dalam mengurangi limbah plastik. Setiap botol *Cleo Eco Green* terbuat dari 100% plastik rPET yang merupakan hasil daur ulang dengan *standar food grade* dari FDA dan BBKK. Dengan melakukan kerjasama dengan SOKA yang merupakan anak perusahaan dari Tancorp Group, kualitas

rPET yang dihasilkan setara dengan biji plastik murni. AMDK Cleo melalui *Cleo Eco Green* berharap dapat mengajak masyarakat untuk lebih bijak kembali dalam mengelola bekas kemasan plastik sekali pakai untuk mengurangi pencemaran lingkungan (Tanoko, 2021) Adanya keunggulan tersebut tidak serta merta akan menaikkan penjualan Cleo. Bahkan dengan diluncurkannya inovasi *Cleo Eco Green* masyarakat belum sepenuhnya percaya kalau AMDK Cleo merupakan produk *eco-friendly* atau *green product* karena kurangnya komunikasi dan edukasi ke pelanggan atas keunggulan serta *value* AMDK Cleo. Masyarakat hanya mengetahui kalau AMDK Cleo mempunyai produk air minum dengan *after taste* pahit untuk itu AMDK Cleo hanya menempati urutan ke empat *top brand indeks* karena kecenderungan masyarakat mengonsumsi air minum yang segar serta ada manis-manisnya. Dan berdasarkan laporan keuangan dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2022, hasil penjualan Cleo mengalami penurunan dikarenakan kenaikan harga bahan baku dan energi yang meningkat 2 sampai 3% membuat PT Sariguna Primatirta (Cleo) kesulitan dalam mengimpor plastik rPET dari Jerman dalam pembuatan kemasan atau Stretch Blowing System. Maka dari itu PT Sariguna Primatirta memberlakukan harga unggul atau *green price* untuk menunjang adanya kenaikan harga bahan baku agar kegiatan produksi berjalan dengan lancar. Akan tetapi dengan adanya pemberlakuan *green price*, PT Sariguna Primatirta mengalami penurunan pada tahun 2020 dikarenakan harga produk lebih mahal dibandingkan perusahaan air minum dalam kemasan lainnya.

**Tabel 1. 2**  
**Data Penjualan Cleo Tahun 2017 – 2022**

No	Tahun	Data Penjualan
1	2017	614.678
2	2018	831.104
3	2019	1.088.679
4	2020	972.634
5	2021	1.103.519
6	2022	1.358.708

Sumber : idx.co.id/annualreport, (2022)

**Tabel 1.3**  
**Tabel Pra Survey**

No	Variabel	Permasalahan
1	<i>Green Product</i>	Kemasan Plastik AMDK Cleo terbuat dari 100% plastik Rpet hasil daur ulang dipandang masyarakat kurang higienis atau steril
2	<i>Green Price</i>	Penggunaan teknologi produksi dalam pembuatan kemasan membuat produsen menaikkan harga penjualan, sehingga harga AMDK Cleo yang lebih mahal dibandingkan produk AMDK yang lain.

Sumber : hops.id

Berdasarkan latar belakang peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikannya permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan judul **“Pengaruh *Green Product* dan *Green Price* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Cleo Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Warga Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus)”**

## 1.2 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup permasalahan pada penelitian adalah sebagai berikut :

1. Objek pada penelitian ini adalah Air Minum Dalam Kemasan Merek Cleo
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
  - a. Variabel endogen adalah kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian

- b. Variabel eksogen adalah *green price* dan *green product*
  - c. Variabel intervening adalah keputusan pembelian
3. Responden pada penelitian ini adalah konsumen Air Minum Dalam Kemasan Cleo pada warga Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus
  4. Waktu penelitian selama 1 bulan yaitu di bulan Juli 2023

### 1.3 Perumusan Masalah

Masalah pada variabel adalah Berdasarkan data penjualan yang telah dijelaskan diatas terjadi penurunan AMDK merek Cleo selama 1 tahun yaitu pada tahun 2020 sebanyak 972.634, dan pada *Top Brand Indeks* Air Minum Dalam Kemasan merek Cleo hanya menempati peringkat keempat dengan golongan AMDK di Inonesia pada Tahun 2023 presentase 4,20%. Pertanyaan penelitian pada penelitian ini, sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas adalah :

1. Bagaimana pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian produk AMDK Cleo pada warga Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus ?
2. Bagaimana pengaruh *green price* terhadap keputusan pembelian produk AMDK Cleo pada warga Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus ?
3. Bagaimana pengaruh *green product* terhadap kepuasan pelanggan produk AMDK Cleo pada warga Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus ?
4. Bagaimana pengaruh *green price* terhadap kepuasan pelanggan produk AMDK Cleo pada warga Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus ?
5. Bagaimana pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan produk AMDK Cleo pada warga Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus ?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Pada perumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian produk AMDK Cleo pada warga Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus.
2. Untuk menganalisis pengaruh *green price* terhadap keputusan pembelian produk AMDK Cleo pada warga Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus.
3. Untuk menganalisis pengaruh *green product* terhadap kepuasan pelanggan produk AMDK Cleo pada warga Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus.
4. Untuk menganalisis pengaruh *green price* terhadap kepuasan pelanggan produk AMDK Cleo pada warga Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus.
5. Untuk menganalisis pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan produk AMDK Cleo pada warga Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca yang terurai sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu wawasan mengenai *green product* dan *green price* terhadap kepuasan pelanggan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Cleo Melalui Keputusan pembelian.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan *green product* dan *green price*

