

ABSTRAKSI

Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kebutuhan air minum yang bersih bagi kesehatan telah menyebabkan tumbuhnya perusahaan-perusahaan yang memproduksi air mineral. Semakin banyaknya perusahaan air mineral saat ini menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat sehingga para pengusaha harus berjuang keras untuk merebut pembeli-pembelinya.

PT. Pamargha Indo Jatim selaku produsen air mineral juga terlibat dalam persaingan tersebut, dan untuk menghadapinya perusahaan harus senantiasa mencari tahu bagaimana cara menghadapi persaingan.

Tujuan dari penelitian ini adalah mencari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli air mineral, mencari tahu bagaimana posisi air mineral Ades dibandingkan dengan Aqua dan bagaimana bauran pemasaran yang perlu diterapkan oleh perusahaan. Setelah membuat kuesioner yang disebarakan kepada 200 responden, data-data dari kuesioner tersebut diolah dengan Analisis Perbandingan Ades dan Aqua, Analisis Ketergantungan Faktor, Analisis Faktor, Analisis Cluster dan Analisis Bauran Pemasaran.

Dari hasil pengolahan dan analisa data didapatkan bahwa faktor kualitas air adalah faktor terpenting yang mempengaruhi konsumen dalam membeli air mineral, dan posisi air mineral Ades dan Aqua sama saja dalam hal beningnya air, rasa air, bau air, keawetan air, ukuran air, warna label, desain label, informasi pada label, jaminan dan garansi. Dalam hal merek Aqua lebih baik dan dalam hal harga Ades lebih baik. Dalam hal desain kemasan dan warna kemasan konsumen yang beranggapan bahwa Ades dan Aqua sama baik dan Aqua lebih baik daripada Ades adalah sama saja. Dan rumusan bauran pemasaran yang diusulkan terdiri dari variabel-variabel produk, harga, tempat dan promosi.