

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Salah satu produk kosmetik yang banyak diminati saat ini adalah produk Vaseline *hand and body*, yang merupakan salah satu produk PT. Unilever yang memiliki nama besar di Indonesia dan sudah dikenal secara global oleh masyarakat di Indonesia. Industri pasar yang mengalami persaingan dalam kegiatan memasarkan produknya guna memperebutkan konsumen salah satunya adalah industri pasar kosmetik dan perawatan tubuh. Dimasa pandemi Covid-19 semua aktivitas dituntut melakukan usaha secara online, tetapi usaha yang mengharuskan tetap melakukan usaha secara offline yaitu seperti Indomaret Tenis Raya Cengkareng. Banyak Produk yang ditawarkan pun bervariasi seperti *hand and body, lip balm, dan facial wash* dengan banyak varian serta manfaat. Banyak sekali perusahaan yang menawarkan tidak hanya satu produk serta varian mulai dari yang biasa hingga tidak biasa (jarang ditemui/mungkin terdengar aneh). Mini market Indomaret Tenis Raya Cengkareng banyak menjual produk seperti *hand and body*, produk ini cukup banyak ditawarkan dengan varian aroma yang bermacam-macam oleh banyak perusahaan kosmetik dan kecantikan kepada para konsumen terutama konsumen wanita. Selain itu ada banyak merk produk yang tersedia dan juga banyak beredar dipasaran, salah satunya adalah produk merk “VASELINE”.

Selain memandang kualitas produk dan citra merek, konsumen juga memperhatikan harga sebagai pertimbangan dalam melakukan pembelian dan merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Khususnya di Indomaret Tenis Raya Cengkareng Jakarta Barat produk hand and body Vaseline memiliki harga yang cukup mahal sehingga kurang diminati oleh konsumen, harga produk diterapkan untuk menciptakan nilai pelanggan. Konsumen cenderung memilih produk yang berkualitas, namun memiliki harga yang sesuai dengan harapan, keinginan serta daya beli konsumen.

Keputusan pembelian merupakan tindakan individu yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan, selain menjadi pertimbangan untuk strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan kedepannya.

**Tabel 1.1**

**Produk *Hand and Body* dalam Top Brand Index (TBI) Tahun 2018-2020**

NO	TBI					
	Merek	2018	Merek	2019	Merek	2020
1	Citra	42.9%	Citra	38.3%	Citra	31.5%
2	Marina	20.7%	Vaseline	19.7%	Marina	22.4%
3	Vaseline	12.3%	Marina	17.8%	Vaseline	11.8%
4	Nivea	4.8%	Nivea	6.2%	Nivea	5.4%

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

Pada tabel 1.1 menggambarkan persaingan merek *hand and body* di Indonesia terdapat brand Citra, Marina, Vaseline, dan Nivea. Survei *Top Brand* dilakukan secara independen oleh *Frontier Research* sejak tahun 2000. Dengan pengalaman selama kurang lebih 19 tahun, survei ini telah dipercaya oleh para pemilik merek dan pelanggan di Indonesia. *Top Brand* juga terbukti memainkan peran penting dalam mengambil Keputusan Pembelian ([www.topbrand-award](http://www.topbrand-award)). Berdasarkan tabel diatas Vaseline kalah bersaing dengan merek Citra yang tetap nomor 1 selama 3 tahun, dapat dilihat pada tabel diatas Vaseline menduduki peringkat 3 dan merek Vaseline mengalami penurunan tahun 2020 menjadi 11.8%. Hal ini menunjukkan bahwa *hand and body* Vaseline yang kurang diminati di pasar sehingga berkurangnya konsumen yang melakukan Keputusan Pembelian *hand and body* Vaseline.

❖ Citra Merek berkenan dengan persepsi konsumen terhadap sebuah merek. Citra merek dibangun dengan memasukkan kepribadian atau citra ke dalam produk atau jasa. Citra merek yang telah dikenal luas dan mendapatkan nilai positif dari masyarakat akan menentukan konsumen untuk membeli sebuah produk tersebut.

Fenomena yang terkait dengan Citra Merek *hand & body* Vaseline yaitu Vaseline memiliki citra yang cukup positif di masyarakat Indonesia, namun munculnya berbagai macam merek *hand & body* dipasaran menyebabkan produsen saling bersaing dengan ketat. Persaingan yang

ketat membuat produk Vaseline kalah bersaing dengan merek lainnya, maka dari itu perusahaan harus bisa menciptakan produk baru.

Konsumen akan mempertimbangkan faktor kualitas dalam menentukan pilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Semakin tinggi kualitas, menyebabkan semakin tingginya kemungkinan keputusan pembelian konsumen, dan semakin mendorong konsumen untuk mengonsumsi produk secara rutin. Hal ini dapat kita lihat bahwa konsumen khususnya di Indomaret Tenis Raya Cengkareng lebih memilih produk yang berkualitas namun memiliki harga yang murah, maka dari itu konsumen lebih memilih produk *hand and body* merek Citra karena sudah lama dikenal, terbukti kualitasnya dan harganya yang jauh lebih murah dibandingkan merek Vaseline.

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pengaruh kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Jadi kualitas produk adalah suatu hal yang sangat penting dan harus diperhatikan dengan baik agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Fenomena dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah *hand & body* Vaseline memiliki kualitas yang cukup baik sehingga banyak masyarakat yang mempercayai produk tersebut. Tetapi, memiliki kualitas produk yang cukup baik, menggunakan bahan-bahan alami ternyata belum mampu membuat *hand & body* Vaseline berada diposisi atas.

Salah satu yang menjadi faktor dari keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).

Fenomena yang terkait dengan harga yaitu harga merupakan faktor yang sangat *sensitive* bagi konsumen karena konsumen selalu melakukan berbagai pertimbangan ketika melakukan keputusan pembelian. Harga produk Vaseline dibandingkan dengan produk lainnya yang sejenis merek Vaseline memiliki harga yang cukup mahal dibandingkan merek lainnya sehingga konsumen dapat memutuskan membeli produk tersebut atau tidak.

**Tabel 1.2**

**Harga Hand & Body Vaseline dengan pesaing**

No	Merek	Harga	Kisaran Harga			
			Harga Vaseline	Harga Citra	Harga Marina	Harga Nivea
1	Vaseline	Rp. 13.800,- s/d Rp.56.200,-				
2	Citra	Rp. 12.300,- s/d Rp. 32.900,-	Rp 13.800,-	Rp.12.300 ,-	Rp. 13.100,-	Rp. 13.500,-
3	Marina	Rp. 13.100,- s/d Rp. 19.500,-				
4	Nivea	Rp. 13.500,- s/d Rp.48.300,-				

Sumber: [www.shopee.co.id](http://www.shopee.co.id)

Dari data diatas memperlihatkan kisaran harga *hand and body* Vaseline, Citra, Marina, dan Nivea. Harga Vaseline yang cukup mahal untuk kalangan ke bawah sehingga kurang diminati oleh beberapa konsumen di Indomaret Tenis Raya Cengkareng. Bila produk *hand and body* merek Vaseline dan Nivea dijual mulai dari harga Rp. 13.800,- dan Rp.13.500,-, sedangkan *hand and body* Citra dan Marina dijual mulai dari harga Rp. 12.300,- dan Rp 13.100,-. Tetapi dibandingkan merek lain *hand and body* Vaseline memiliki harga tertinggi yaitu Rp. 56.200,- dimana harga tersebut lebih tinggi dibandingkan merek lain.

Tahap keputusan pembelian mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadinya transaksi pembelian dan pemakaian produk. Tahap ini meliputi tiga proses, yakni identifikasi kebutuhan, pencarian informasi dan evaluasi alternatif.

Berikut ini adalah *research gap* terkait dengan faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian:

**Tabel 1.3**

***Research Gap***

<b>VARIABEL</b>	<b>PENELITI (TAHUN)</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>
Citra Merek	Desy Irana Dewi Lubis	Tidak Berpengaruh
	Rahmat Hidayat (2017)	
	Dewi Rosa Indah, Iza Afalia, Zenitha Maulida (2020)	Berpengaruh
Kualitas Produk	Irwanty L Situmorang (2017)	Berpengaruh
	Rizky Desty Wulandari1, Donant Alananto Iskandar	Berpengaruh
	Dewi Rosa Indah1), Iza Afalia2), Zenitha Maulida (2020)	Berpengaruh
	Nur Arifa, Hartono, Tri Palupi Robustin.	Tidak berpengaruh
Harga	Wahyu Erdalina	Berpengaruh
	Fransiska Vania Sudjatmika	Tidak berpengaruh

	Nur Arifa, Hartono, Tri Palupi Robustin.	Berpengaruh
--	---	-------------

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2020)

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAND & BODY VASELINE (STUDI KASUS DI INDOMARET JALAN TENIS RAYA KAPUK).**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *hand & body* Vaseline di Indomaret Tennis Raya Kapuk?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *hand & body* Vaseline di Indomaret jalan Tennis Raya Kapuk?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian *hand and body* Vaseline di Indomaret jalan Tennis Raya Kapuk?
4. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *hand and body* Vaseline di Indomaret jalan Tennis Raya Kapuk?



## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *Hand & Body* Vaseline di Indomaret Tenis Raya Kapuk.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *hand and body* Vaseline di Indomaret Tenis Raya Kapuk.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *hand and body* Vaseline di Indomaret Tenis Raya Kapuk.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian *hand and body* Vaseline di Indomaret Tenis Raya Kapuk.

### 2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Peneliti  
Penelitian ini sebagai salah satu syarat sebagai peneliti untuk memenuhi kelulusannya dan mendapatkan gelar Program Strata 1 (S1) oleh Mahasiswa di Universitas Satya Negara Indonesia.
- b. Bagi Perusahaan  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan berkaitan dengan strategi perusahaan yang berhubungan dengan Keputusan Pembelian.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan menambah wawasan bagi pembaca tentang Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap keputusan pembelian.

