

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam masa Pandemi COVID-19 yang sedang terjadi disebabkan oleh infeksi virus Corona yang menyerang saluran pernapasan mulai dari yang ringan hingga yang berat. *Coronavirus disease 2019* (COVID-19) pertama kali ditemukan di Negara Wuhan, China pada tanggal 31 Desember 2019 dengan etiologi yang belum diketahui. Kasus COVID-19 meningkat cukup pesat dalam waktu kurang dari 1 bulan. Penyakit ini telah menyebar ke berbagai negara (Kemenkes RI, 2020). *World Health Organization* (WHO) menetapkan COVID-19 sebagai *Public Health Emergency of International Concern* (PHEIC), pada tanggal 30 Januari 2020 (WHO, 2020). Di Negara Indonesia telah melaporkan ada 2 kasus pertama COVID-19 pada tanggal 2 Maret 2020. Penyakit COVID-19 telah ditetapkan WHO sebagai pandemi pada tanggal 11 Maret 2020 (Kemenkes RI, 2020).

Transmisi virus COVID-19 bisa terjadi melalui *droplet* (udara) yang keluar dari individu terinfeksi ketika berbicara, batuk atau bersin dan mengenai mata, hidung, dan mulut (Susilo dkk, 2020). Penularan virus tersebut bisa juga terjadi melalui benda atau permukaan yang sudah terkontaminasi oleh *droplet* dari orang yang terindikasi (Kemenkes RI, 2020). Penyebaran virus COVID-19 dapat dicegah dengan deteksi dini, isolasi, dan melakukan proteksi dasar seperti menjaga jarak minimal 2 meter, memperbanyak mencuci tangan dan menggunakan masker bila berada di luar ruangan atau beresiko penularan (Howard dkk, 2020; Susilo dkk, 2020). Pemerintah diseluruh dunia mengeluarkan kebijakan tentang upaya pencegahan penularan yang beragam.

Indonesia adalah sebuah negara yang memiliki populasi terbesar di dunia. Dengan jumlah populasi 274,9 juta jiwa, negara Indonesia menduduki peringkat keempat setelah negara Tiongkok, India, dan Amerika Serikat. Jumlah populasi penduduk yang tinggi mengakibatkan timbulnya permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah, mulai dari permasalahan ekonomi, permasalahan kesejahteraan rakyat, permasalahan pendidikan, dan permasalahan kesehatan. Bahkan saat ini telah terjadi wabah penyakit yang belum pernah ada sebelumnya yaitu COVID-19. Jika sebelum

terjadinya pandemi COVID-19 proses penjualan jual beli dilakukan secara tatap muka atau bertemu langsung, kini mulai beralih ke transaksi secara online dengan memanfaatkan teknologi dan internet.

Hal ini berakibat banyak bisnis yang sudah tumbang saat masa pandemi COVID-19 melanda. Mulai dari bisnis transportasi, manufaktur, pariwisata, serta makanan dan minuman. Walaupun demikian tidak seluruh sektor bisnis terpuruk, bisnis yang terkait dengan obat-obatan atau farmasi dan produk kesehatan, di saat pandemi mengalami peningkatan pada masa pandemi COVID-19. Peningkatan permintaan yang paling signifikan terjadi pada produk kesehatan yaitu pembersih tangan atau *hand sanitizer* dengan daya minat yang sangat tinggi. Menurut Kemenkes produsen *hand sanitizer* meningkat dari 45 industri jadi 475 industri atau terjadi peningkatan 955%.

Hand sanitizer adalah salah satu bahan antiseptik yaitu berbentuk gel yang sering digunakan sebagai pencuci tangan yang praktis. Bagi sebagian masyarakat mencuci tangan dengan menggunakan *hand sanitizer* lebih efektif dan efisien dibanding mencuci tangan dengan menggunakan sabun dan air. Tetapi apabila *hand sanitizer* digunakan secara terus menerus dapat mengakibatkan iritasi pada kulit. Karena bahan dasar antiseptik adalah alkohol dan triklosan yang berasal dari bahan kimia.

Hand sanitizer hanya alternatif karena tidak seefektif membersihkan tangan, jika ingin menggunakan *hand sanitizer*, *Centers For Disease Control And Prevention* (CDC) punya solusi untuk gunakan *hand sanitizer* dengan alkohol minimal 60%. Alkohol yang terkandung dalam *hand sanitizer* akan memecahkan lemak yang merupakan komponen utama dalam membrane organisme.

Berbagai merek *hand sanitizer* beredar luas di pasaran, meskipun terdapat banyak pesaing. Dettol merupakan salah satu merek yang terkenal dan telah dipercaya di Indonesia. Produk *hand sanitizer* Dettol yang diproduksi oleh PT. *Reckitt Benckiser*. Produk *hand sanitizer* Dettol yang berukuran kecil, harganya terhitung cukup mahal dan sulit didapatkan saat pandemi COVID-19. Dengan harga yang terbilang cukup mahal, *hand sanitizer* Dettol mempunyai kualitas produk yang sangat baik dan aman. Oleh karena itu konsumen akan berpikir untuk melakukan pembelian ulang pada produk tersebut. PT. *Reckitt Benckiser* tetap optimis dan tidak gencar untuk tetap menghasilkan produk berkualitas. Walaupun

demikian, hal tersebut tidak mudah untuk menjadikan konsumen melakukan keputusan hanya pada satu merek tertentu.

Nasikan dan Sasmito (2013) mengatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Faktor-faktor tersebut yaitu faktor internal, faktor eksternal, dan faktor keputusan pembelian dari konsumen itu sendiri. Seperti halnya disebabkan oleh faktor internal citra merek dan persepsi kualitas produk suatu barang.

Citra merek merupakan persepsi suatu produk atau perusahaan yang muncul dibenak dan fikiran konsumen apabila mendengar merek tersebut. Menurut (Kotler dan Keller, 2012) mengemukakan bahwa setiap produk yang telah terjual di pasaran mempunyai citra tersendiri di mata para konsumen yang sengaja diciptakan oleh pemasar untuk membedakan dari para pesaing mereka. Citra Merek adalah representasi dari pada keseluruhan persepsi pada merek dan dibentuk dari sebuah informasi dan pengalaman masa lalu kepada suatu merek. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang keyakinan dan preferensi terhadap merek. Konsumen yang mempunyai citra yang begitu positif terhadap sebuah merek akan lebih memungkinkan untuk melaksanakan pembelian menurut (Evelina, Dw, & Listyorini, 2012). Sebuah merek yang dirancang perusahaan harus memenuhi apa yang akan dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dan dikomunikasikan dengan baik. Akibatnya, ketika konsumen membutuhkan produk tertentu, konsumen akan mencari produk tersebut dengan merek sebagai kriteria utama pembelian. Citra merek persepsi memiliki hubungan yang erat persepsi kualitas konsumen terhadap kualitas produk dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap merek, salah satunya. Persepsi kualitas mencerminkan perasaan pelanggan yang tidak tampak secara menyeluruh dengan suatu merek. Namun, didasarkan pada dimensi-dimensi yang termasuk dalam karakteristik produk tersebut, di mana merek tersebut didasarkan pada kinerja. Namun sebagian konsumen berpendapat bahwa semua merek *hand sanitizer* memiliki fungsi yang sama dengan harga yang cukup murah. Sehingga penilaian terhadap kualitas produk setiap merek juga sama. Produk *hand sanitizer* merek Dettol para konsumen berasumsi bahwa harga yang ditawarkan cukup mahal, oleh karena itu konsumen akan berpikir ulang untuk menentukan keputusan pembelian.

Demikian dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian citra merek dan persepsi kualitas produk. Dalam penelitian ini berjudul **“Pengaruh**

Citra Merek dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Dettol pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?
2. Apakah Persepsi Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Dettol pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?
3. Apakah Citra Merek dan Persepsi Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Dettol pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Dettol pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Dettol pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Produk terhadap secara simultan Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Dettol pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai pertimbangan dan masukan perusahaan dalam mengambil keputusan untuk mengoptimalkan strategi dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian pada *Hand Sanitizer* Dettol di masa pandemi COVID-19.

b. Bagi Konsumen

Diharapkan dapat memberikan sumber pengetahuan, rujukan, dan referensi kepada semua organisasi yang tertarik untuk memahami perilaku konsumen dalam konteks keputusan pembelian dan dapat digunakan untuk membuat keputusan pembelian dengan lebih cermat.

1.5 Batasan Masalah

Mengingat permasalahan yang dihadapi cukup luas agar penelitian ini dapat fokus dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, serta karena keterbatasan waktu penelitian, maka perlu adanya pembatasan masalah. Dalam penelitian ini, penulis membatasi permasalahan hanya pada variabel bebas yaitu citra merek dan persepsi kualitas produk, serta sebagai variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan pemahaman pada penulisan penelitian ini, penulis membaginya dalam lima bab, dengan tahapan sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data, serta analisis data. Dengan informasi ini, dimungkinkan untuk menentukan jumlah sampel yang dapat diproses, teknik dan metode yang digunakan, dan jenis analisis yang sesuai untuk digunakan.

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis membahas tentang profil organisasi, hasil analisis data, dan pembahasan hasil penelitian yang diuraikan secara singkat dan jelas.

BAB V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Pada bab ini penulis akan membahas rangkuman dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak pembaca serta saran-saran dari penelitian selanjutnya.