

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Globalisasi dapat memberikan suatu peluang maupun ancaman bagi merek yang kompetitif dipasar global. Persaingan bisnis perawatan tubuh bagi para kaum hawa saat ini semakin banyak. Khususnya menjadi gaya hidup masyarakat kota yang banyak sekali mengalami perkembangan dan perubahan yang terjadi dapat dilihat dari aktifitas keseharian, bisnis, kebutuhan hidup, model yang dipakai dan lain-lain. Kebutuhan akan kulit cantik serta sehat merupakan salah satu alasan kebutuhan kaum hawa saat ini. Kulit yang sehat akan menumbuhkan rasa percaya diri yang tinggi oleh setiap wanita.

Peluang yang dirasa sangat potensial dan menarik sehingga meningkatnya produk jenis *Hand Body Lotion* saat ini membuat banyaknya perusahaan kosmetik untuk menawarkan dan memanfaatkan peluang dalam menjaga produk serta memberikan beragam varian aroma yang memikat. Selain itu, untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan diminati oleh konsumen, para pesaing harus memberikan perbedaan tersendiri agar mampu bersaing dipasaran dengan begitu perusahaan perawatan kulit *Hand Body Lotion* Vaseline dapat mempengaruhi niat beli konsumen. Niat beli diukur dengan pernyataan akan memilih produk, tidak akan mempertimbangkan produk lain dan akan membeli produk dengan kualitas apapun.

Dilihat dari meningkatnya niat beli konsumen yang berada di Indonesia, perusahaan perawatan kulit *Hand Body Lotion* Vaseline dituntut agar mampu bersaing dengan pesaing sejenisnya secara kreatif, inovatif dan agresif dalam menciptakan produknya agar memiliki keunikan dan kelebihan yang dapat ditonjolkan kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi niat beli konsumen serta kepuasan yang akan berdampak pada loyalitas pelanggan. Sebuah merek dinilai kredibel

dalam hal *expertise* (kompeten, inovatif, pemimpin pasar), *trustworthiness*, (bisa diandalkan, selalu mengutamakan kepentingan pelanggan) dan *likeability* (menarik, fun, dan memang layak untuk dipilih dan digunakan).

Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Kepuasan konsumen juga didasari dengan merek produk tersebut. Dalam jurnal (Tengor, Lotje, & Loindong, 2016) Merek adalah nama, istilah symbol atau desain khusus atau beberapa kombinasi unsur – unsur yang dirancang untuk mengidentifikasikan barang atau jasa yang ditawarkan penjual. Merek yang membedakan produk atau jasa sebuah perusahaan dari produk saingannya. PT. Unilever Indonesia Tbk yang mengeluarkan produk *Hand Body Lotion* Vaseline ini berkembang di pasar Indonesia. Misi yang dimiliki produk *Hand Body Lotion* Vaseline yakni adalah menjadikan merek perawatan kulit Vaseline sebagai produk perawatan dan menjadikan wanita di Indonesia dalam menyeimbangkan pikiran dan tubuh mereka. Produk *Hand Body Lotion* Vaseline yang dikenal banyak konsumen kaum wanita ini memiliki enam varian aroma sebagai pilihan dari konsumen dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan jenis kulitnya. Aroma dan manfaat yang ditawarkan yaitu Vaseline® Intensive Care™ Cocoa Radiant™ Lotion, Vaseline Intensive Care, Vaseline® Healthy White™ Insta Fair Lotion, Vaseline® Healthy White™ SPF 30 PA++ Serum.

Ada beberapa faktor efek dalam pengambilan keputusan pembelian untuk membeli produk ketika konsumen berencana membeli produk untuk pertama kalinya seperti pengetahuan tentang produk serta kepuasan setelah membeli dan menggunakan produk yang dibeli, kualitas akan produk, harga, kemasan atau desain. Melihat dari segi produk, Vaseline sudah berhasil memosisikan sebagai produk lokal yang kuat karena Vaseline memiliki banyak varian jenis kosmetik dan harga yang terjangkau, sehingga dapat menarik konsumen. Konsumen mulai mempunyai kepekaan dan loyalitas kepada produk Vaseline karena

memiliki *Beauty House* yang menjadi daya tarik konsumen dalam memilih produk tersebut. Saat ini konsumen menjadi sangat kritis dalam memilih suatu produk yang menjadi kebutuhan mereka sehingga membuat konsumen menjadi lebih cerdas dalam menentukan pilihan yang mereka inginkan. Persepsi Kualitas yaitu persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Jika perusahaan telah memperhatikan persepsi kualitas oleh pengguna, maka langkah berikutnya dalam membuat kebijaksanaan dari strategi pemasaran yang berkaitan dengan produk.

Dari paparan mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan terhadap konsumen, seperti kredibilitas merek, persepsi kualitas dan harga memiliki peran penting dalam keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian terkait hal tersebut terhadap kepuasan konsumen dalam membeli *hand body lotion* Vaseline.

Berdasarkan Survey Top Brand mengenai hasil penjualan pada kategori produk perawatan tubuh *Hand Body Lotion* dari tahun 2016 sampai 2018 yang ditunjukkan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
DATA HASIL TOP BRAND INDEX
HAND BODY LOTION

Merek	Top brand indeks		
	2016	2017	2018
Citra	40,4%	40,3%	40,1%
Vaseline	21,5%	17,1%	17,0%
Marina	11,5%	13,5%	17,8%
Nivea	10,1%	15,6%	13,3%
Body Shop	2,5%		
Nature-E		2,2%	1,0%

Sumber : www.topbrand-awards.com, (diakses tanggal 22 Februari 2019)

Jika dilihat dari Tabel 1.1 Survey Top Brand Indonesia (TBI) menunjukkan bahwa data di atas merupakan merek yang memelopori produk *Hand Body Lotion* Vaseline di dapat 3 tahun terakhir mengalami penurunan sebanyak 4,4% pada tahun 2017 dan 0,1% di tahun 2018, penurunan penjualan ini dikarenakan banyaknya faktor. Salah satunya penurunan niat beli konsumen terhadap produk *Hand Body Lotion* Vaseline.

Merek produk *Hand Body Lotion* yang mengalami peningkatan ialah justru merek yang masih baru muncul dan ikut dalam meramaikan pasar tersebut, walaupun peningkatan merek pesaing tidak terlalu tajam. Menurut data tersebut merek pesaing dapat terus naik penjualannya dalam dua tahun terakhir. Hal ini membuat perusahaan harus berfikir untuk membuat perubahan inovasi agar dapat bersaing di pasar *Hand Body Lotion* sehingga membuat peminat konsumen lebih tertarik.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh Kesadaran Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan

Pelanggan *Hand Body lotion Vaseline* dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta).

1.2. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan ini yaitu:

1. Apakah ada pengaruh kesadaran merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna produk *Hand Body Lotion Vaseline*?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna produk *Hand Body Lotion Vaseline*?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna produk *Hand Body Lotion Vaseline*?
4. Apakah ada pengaruh kesadaran merek terhadap loyalitas pelanggan pengguna produk *Hand Body Lotion Vaseline*?
5. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pengguna produk *Hand Body Lotion Vaseline*?
6. Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diutarakan tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai di dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kesadaran merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna produk *Hand Body Lotion Vaseline*
2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna produk *Hand Body Lotion Vaseline*

3. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna produk *Hand Body Lotion* Vaseline
4. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kesadaran merek terhadap loyalitas pelanggan pengguna produk *Hand Body Lotion* Vaseline
5. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pengguna produk *Hand Body Lotion* Vaseline
6. Mengetahui signifikansi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang ada keterkaitannya dengan penelitian ini, terutama bagi:

a. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan mengenai banyaknya *item* yang mendasari konsumen untuk puas, sehingga perusahaan tersebut dapat menggunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat di masa yang akan datang.

b. Bagi konsumen

Sebagai referensi konsumen dalam menentukan produk yang akan dibelinya. Terutama pada produk *hand body lotion* Vaseline.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini digunakan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapat selama perkuliahan dan menambah kemampuan peneliti mengenai pengaruh kesadaran merek, Harga dan Kualitas Kemasan pada produk *Hand Body Lotion* Vaseline.

d. Bagi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literature untuk Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang kelak sebagai acuan

jika ada peneliti lain yang membahas mengenai pengaruh kesadaran merek, Harga dan Kualitas kemasan produk *Hand Body Lotion* Vaseline.

1.5. Batasan Masalah

Banyaknya perkembangan yang bisa ditemukan dalam permasalahan ini, maka perlu adanya batasan-batasan masalah yang jelas mengenai apa yang dibuat dan diselesaikan dalam penelitian ini, maka penulis hanya membatasi masalah pada Pengaruh Kesadaran Merek, Harga dan Kualitas Kemasan pada Kepuasan dan Loyalitas pelanggan.

1.6. Sistematika Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab yang sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Masalah dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai teori yang relevan dan menjadi dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi yang tepat untuk hipotesis yang akan diajukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menyajikan metode penelitian yang dijabarkan dengan jelas berisi tentang populasi dan sampel, waktu dan lokasi, sumber data, teknik pengumpulan data serta variabel penelitian dan analisa data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi pembahasan mengenai hasil analisis data yang telah diperoleh dalam pengujian hipotesis serta pembahasan hasil dari penelitian tersebut.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis data, yang akan menjawab tujuan penelitian dan hipotesis, serta analisa pembahasan dari hasil penelitian, serta memberikan implikasi manajerial dan saran bagi perusahaan.

