

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis dalam era globalisasi dewasa ini sangat ketat, di mana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Dengan demikian usaha pengembangan produk yang berbeda, dapat menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai suatu kepuasan masing-masing pihak, baik dari pembeli karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya dan selernya maupun bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk produknya dan juga menjaga citra baik perusahaan di mata pelanggan.

Selain itu perusahaan dapat menunjukkan keberhasilannya yang pesat dalam meraih laba dengan cara menanamkan citra merek (*brand image*)nya ke dalam benak konsumen. Semakin besarnya keberhasilan suatu citra merek yang tertanam dalam benak konsumen, menjadikan konsumen tersebut loyal atas suatu produk atau jasa yang disediakan oleh para *market share* yang ada, hal ini berdampak positif terhadap laba yang didapatkan perusahaan yang memiliki brand image terhadap produk tersebut. Banyaknya pelaku pasar yang bersaing di industri ini semakin menambahkan pilihan kepada konsumen untuk cerdas dalam memilih penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan banyaknya berbagai produk dalam *market share*,

konsumen semakin dimanjakan atas berbagai pilihan produk yang ada. Salah satunya adalah perusahaan PT Unilever Tbk Indonesia.

PT Unilever Tbk merupakan perusahaan multinasional yang bergerak di bidang produksi barang-barang kebutuhan rumah tangga salah satunya adalah produk *hand and body lotion* merek Vaseline. *Lotion* sendiri merupakan cairan kental yang digunakan pada permukaan kulit untuk melembabkan dan merawatnya. *Lotion* sudah ada pada zaman kuno. Dilihat dari komposisinya, *hand and body lotion* sekarang banyak menyertakan bahan-bahan alami seperti madu, minyak zaitun, bengkoang, yoghurt, dan susu seperti pada abad terdahulu.

Namun saat ini banyak sekali terdapat merk-merk *hand and body lotion* yang ditawarkan produsen oleh konsumen seperti Citra, Marina, Nivea, Viva, Emeron's, dan Pond's. Di mana masing-masing merk *hand and body lotion* tersebut berusaha untuk membuat produknya lebih unggul dibandingkan dengan merk lain, maka kegiatan pemasaran yang baik dan yang tepat yang memegang peranan yang penting dalam menunjang kelangsungan usaha dan perkembangan suatu perusahaan. Dengan kata lain, pihak produsen harus mampu menarik minat konsumen akan hasil produksi yang dijual dan berupaya untuk memuaskan kebutuhannya.

Tabel 1.1**Top Brand Value Tahun 2015**

Merek	Prentase	Top brand
Citra	34.5%	Top
Marina	15.9 %	Top
Vaseline	15.0%	Top
Nivea	5.5%	
Viva	2.9%	
Emeron's	2.4%	
Pond's	2.2%	

Sumber www.topbrand.com

Dalam table di atas menunjukkan presentase penjualan *hand and body lotion* merek Vaseline memiliki peringkat ke tiga dari tujuh merek *hand and body lotion* yang termasuk kategori top brand yang sering di gunakan oleh konsumen khususnya kaum wanita dengan disusul kemudian produk *hand and body lotion* yang serupa yaitu Nivea, Viva, Emeron's dan Pond's yang berada diurutan ke tujuh. Dalam hal ini *hand and body lotion* merek Vaseline dapat mengalahkan pesaing empat pesaing dibawahnya yang juga pada kategori yang sama seperti merek lotion Nivea, Viva, Emeron's dan Pond's. Walaupun *hand and body* merek vaseline mendapatka peringkat ketiga dari top brand namun kualitas produk dan citra merek dari *hand and body* vaseline sendiri cukup baik dimata konsumen dikarenakan mempunyai manfaat yang berbagai ragam dan mempunyai kandungan spf 24 untuk perlindungan kulit, namun

harga dari hand body vaseline cukup mahal dibandingkan dengan hand body dari citr dan marina yang berada di peringkat pertama dan kedua yang lebih murah dibandingkan oleh hand and body vaseline

Dalam hal ini terdapat banyak faktor yang menyebabkan konsumen memilih hand and body lotion merek Vaseline sebagai pilihannya antara lain atribut-atribut yang terdapat pada hand *and body lotion* merek Vaseline yaitu citra merek, harga dan kualitas produk. Tjiptono (2008:104) mengungkapkan bahwa atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Merek merupakan hal yang penting dalam menentukan suatu keputusan pembelian. Akibat banyaknya pilihan yang ada konsumen akan semakin diuntungkan, inilah salah satu sebab mengapa setiap perusahaan perlu memiliki citra merek (*brand image*) dalam membangun produknya. Merek merupakan hal yang penting dalam menentukan suatu keputusan pembelian. Merek memiliki potensi yang besar untuk menghasilkan keuntungan lebih banyak lagi bila perusahaan mampu memanfaatkan 3 merek tersebut secara baik dan terus menerus melalui berbagai cara seperti perluasan merek atau perluasan ini. Nama merek (*brand name*) dan apa yang dikandungnya merupakan hal yang penting sebagai basis strategi bersaing, dan sumber pendapatan masa datang. Bagi perusahaan, merek bisa menjadi semakin bernilai, karena dapat memanfaatkannya untuk membangun basis kepercayaan konsumen dalam menentukan pilihan suatu produk. Selain merek hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam bersaing adalah kebijakan penetapan harga.

Harga menjadi faktor yang berpengaruh secara nyata dan kuat pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Kebijakan penetapan harga selalu dikaitka dengan kesesuaian dari apa yang diterima oleh konsumen. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasa atas suatu barang atau jasa. Dalam situasi tertentu para konsumen sangatlah sensitif terhadap harga (misalnya, permintaan yang elastik), sehingga harga yang realtif tinggi dibanding para pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen. Akan tetapi, dalam kasus lainnnya harga dapat dipergunakan sebagai indikator pengganti kualitas produk, dengan hasil bahwa harga yang lebih tinggi dipandang positif oleh segmen tertentu.

Dalam persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk, selain itu kualitas merupakan salah satu alat pemasaran yang penting.

Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian pada AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya digunakan sebagai studi kasus dalam penelitian ini karena di AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya tingkat penjualan hand and body merek Vaseline cukup tinggi. Hal tersebut dapat terlihat dari tabel berikut :

Tabel 1.2 Data Penjualan Hand And Body Vaseline Di Aini Swalayan**Surabaya**

NO	GDG	TGL.AKHIR	NAMA BARANG	JUMLAH Rp	JULAH BLN JULI
1	A	10/03/2016	Vaseline Lotion Aloe Shoothe 200 ml	24.000	23
2	A	10/03/2016	Vaseline Lotion Deep Restore 200 ml	24.000	35
3	A	10/03/2016	Vaseline Intensive Care Advance 100 ml	19.900	45
4	A	10/03/2016	Vaseline Lotion Cocoa Glow 100 ml	19.900	50
5	A	10/03/2016	Vaseline Lotion Healty White Night Repair 100 ml	21.700	44
6	A	10/03/2016	Vaseline Lotion Total Moisture 100 ml	16.000	113
7	A	10/03/2016	Vaseline Healty White Perfect 100	19.900	74

			ml		
8	A	10/03/2016	Vaseline Healty White UV Lightening 100 ml	16.000	130
9	A	10/03/2016	Vaseline Intensive Care Advance Strength 100 ml	19.900	33
10	A	10/03/2016	Vaseline Lotion Aloe Fresh SPF24 100 ml	19.000	55
11	A	10/03/2016	Vaseline Lotion Aloe Fresh 100 ml	19.400	80
			TOTAL		682

Sumber : Form Kontrol Barang AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya

Dari tabel diatas, menunjukkan pada penjualan digudang A dengan untuk semua variasi dan ukuran dari hand and body lotion vaseline tanggal terakhir masuknya barang 10 Maret 2016 vaseline lotion aloe soothe 200 ml dengan harga Rp. 24.000/pcs dapat terjual dengan 23 botol pada bulan juli, vaseline lotion deep restore 200 ml dengan harga Rp. 24.000/pcs pada bulan juli terjual 35 botol, vaseline intensive care advance 100 ml dengan harga Rp. 19.900/pcs bulan juli terjual 45 botol, vaseline lotion cocoa glow 100 ml dengan harga Rp. 19.900/pcs pada bulan juli terjual 50 botol, vaseline lotion healty white night repair 100 ml dengan harga Rp. 21.700/pcs bulan juli terjual 44 botol, vaseline lotion total moisture 100 ml dengan harga Rp. 21.700/pcs bulan juli yang terjual 113 botol, vaseline healty white perfect 100 ml dengan harga penjualan Rp. 19.900/pcs bulan juli yang terjual 74 botol, varian vaseline healty white uv lightening 100 ml

dengan harga penjualan Rp. 16.000/pcs bulan juli yang terjual 130 botol, vaseline intensive care advance strength dalam kemasan 100 ml dengan harga jual Rp 19.900/pcs pada bulan juli dengan terjual 33 botol, Vaseline Lotion Aloe Fresh SPF24 100 ml Rp 19.000 pada bulan juli dengan terjual 55 botol dan Vaseline Lotion Aloe Fresh 100 ml Rp 19.400 pada bulan juli dengan terjual 80 botol. Sehingga pada penjualan produk hand and body lotion vaseline di AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya dalam satu bulan sebanyak 682 botol dari beberapa varian dan ukuran hand and body lotion vaseline. Dengan harga yang bervariasi yang sesuai dengan varian dan ukuran dari hand and body vaseline.

Dari uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand And Body Lotion Merek Vaseline (studi kasus AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan antara lain:

1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk hand and body vaseline di AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk hand and body vaseline di AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk hand and body vaseline di AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk hand and body vaseline di AINI Swalayan Medokan Ayu Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat secara praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan keputusan pembelian pada pelanggan.

2. Manfaat secara teoritis

Diharapkan dapat digunakan untuk kepentingan ilmiah Perbendaharaan dan referensi keperpustakaan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, khususnya dibidang pemasaran yang berkaitan keputusan pembelian dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.