

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi kini semakin mengarah pada persaingan ketat khususnya untuk perusahaan sejenis. Persaingan ini diperkirakan tidak akan pernah berakhir, mengingat produk ini termasuk yang di butuhkan semua orang tanpa terkecuali. Keadaan ini mengakibatkan setiap kali perusahaan harus mengikuti perubahan dari zaman ke zaman, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya. Perusahaan dituntut untuk memiliki suatu keunikan tersendiri untuk memikat para konsumennya, hal ini dilakukan untuk mempertahankan atau merebut pangsa pasar yang ada. Maka dari itu perusahaan perlu menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk dijalankan, memahami perilaku konsumen, dan terus mempertahankan brand Image yang baik. Hal ini dilakukan agar konsumen dapat memilih produk yang tepat sesuai kebutuhannya.

Indonesia merupakan salah satu negara tropis yang mempunyai intensitas sinar matahari yang tinggi sepanjang tahunnya. Sinar matahari sendiri merupakan sumber energi yang bermanfaat bagi kehidupan manusia, diantaranya sinar ultra violet ini mengandung Vitamin D yang berfungsi membunuh bakteri. Namun disamping itu sinar ultra violet juga mengakibatkan kerusakan kulit, kemerahan, jika terpapar terlalu lama dapat memicu kanker kulit.

Di negara beriklim tropis seperti di Indonesia mempunyai masalah

kulit yang berbeda-beda, Hand & Body Lotion merupakan salah satu produk yang digunakan untuk mengatasi paparan tabir surya terhadap kulit tubuh. Kebutuhan akan kulit yang sehat dan lembut adalah keinginan setiap wanita, seiring meningkatnya pemanasan global yang secara tidak langsung mengakibatkan gangguan pada kulit, maka dari itu sangat penting menutrisi kulit dengan Hand & Body Lotion. Kini produk perawatan tubuh telah berkembang, seperti lulur mandi, hand & Body, toner badan, krim kaki dan masih banyak lagi. Kini produk Hand & Body tidak hanya mampu melembabkan permukaan kulit saja, Hand & Body juga dapat mencerahkan kulit dengan cara yang cepat. Salah satunya dengan menggunakan produk Vaseline Hand & Body Lotion yang dapat kita beli di beberapa toko terdekat seperti, indomart, alfamart, alfamidi, dan e-commerce

Vaseline merupakan salah satu produk perawatan tubuh yang di produksi oleh PT Unilever Indonesia yang bergerak dalam bisnis farmasi dan berdiri tahun 1870. Sedangkan Vaseline sendiri memiliki beberapa lini produk seperti Hand & Body Lotion, body serum, petroleum Jelly, sun protection, dan lip care. Hand & Body Lotion Vaseline sendiri memiliki banyak varian seperti Vaseline intensive care aloe soothe lotion digunakan untuk memberikan kelembapan yang tahan lama serta merevitalisasi kulit kering dan dehidrasi, Vaseline Healthy Bright UV Brightening untuk membantu kulit tampak cerah dan melindungi kulit dari sinar matahari, Vaseline Healthy Bright Perfect bermanfaat untuk mencerahkan dan melembabkan kulit dan lain sebagainya. Vaseline sudah terdaftar di BPOM

sehingga produknya dijamin aman digunakan. Untuk dapat mengetahui merek yang populer maka dapat diketahui melalui Top Brand Index. Berikut Top Brand Index pada tahun 2018, 2019, 2020 dan 2021 untuk kategori Hand & Body Lotion.

**Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Hand & Body Lotion
Tahun 2019 - 2023**

Merek	TBI tahun				
	2019 (%)	2020 (%)	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
Citra	38,30	31,50	29,10	29,60	29,70
Vaseline	19,70	11,80	14,80	16,50	17,10
Marina	17,80	22,40	16,20	13,60	15,90
Nivea	6,20	5,40	8,80	8,90	7,20
Body Shop	-	-	5,60	3,70	3,20

Sumber: Sumber : topbrand-award.com

Pada Tabel 1.1 Dengan melihat Top Brand Indeks diatas mengindikasikan adanya penurunan performa brand hand and body lotion vaseline pada tahun 2020 yaitu dengan presentase 11.80%. Tidak menutup kemungkinan hal ini karena semakin ketat nya persaingan pasar produk body care. Dari data tersebut menunjukkan bahwa terdapat penurunan keputusan pembelian ulang terhadap produk Vaseline yang dapat disebabkan oleh banyaknya jenis atau merek Hand & Body lainnya dengan kualitas yang lebih bagus. Sehingga dapat diduga bahwa keputusan pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk Vaseline masih belum maksimal dan menunjukkan bahwa produk Vaseline tidak menjadi pilihan yang utama bagi para konsumen saat akan melakukan

pembelian keputusan ulang.

Persaingan yang semakin ketat di pasar kosmetik saat ini mendorong berbagai brand skincare baik internasional maupun lokal untuk menciptakan produk unggulan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Selain melakukan pemasaran secara online, sekarang ini banyak agen-agen yang mendistribusikan produk Vaseline *body lotion* pada toko skincare diberbagai wilayah Indonesia untuk dipasarkan secara offline kepada masyarakat luas. Salah satunya yaitu Toko skincare Mellebee Beauty Be Leora. Beralamatkan di Jl. Pattimura No.48, Sengon, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur, toko skincare ini merupakan cabang ke tiga yang telah berdiri sejak 4 Maret 2022. Tabel berikut menunjukkan data penjualan Vaseline Body Lotion dari Mellebee Beauty Be Leora Kota Jombang.

**Tabel 1.2 Data Penjualan Body Lotion Vaseline di Mellebee
Beauty By Leora Kota Jombang 2022-2023**

Bulan	Tahun 2022	Bulan	Tahun 2022	Bulan	Tahun 2023	Bulan	Tahun 2023
	Semester I		Semester II		Semester I		Semester II
Januari	125 Pcs	Juli	79 Pcs	Januari	110 Pcs	Juli	81 Pcs
Februari	84 Pcs	Agustus	120 Pcs	Februari	75 Pcs	Agustus	65 Pcs
Maret	112 Pcs	September	78 Pcs	Maret	98 Pcs	September	92 Pcs
April	120 Pcs	Oktober	65 Pcs	April	63 Pcs	Oktober	58 Pcs
Mei	108 Pcs	November	89 Pcs	Mei	45 Pcs	November	88 Pcs
Juni	121 Pcs	Desember	99 Pcs	Juni	119 Pcs	Desember	80 Pcs
Jumlah Unit	670	Jumlah Unit	530	Jumlah Unit	510	Jumlah Unit	464

Sumber: Mellebee Beauty Be Leora Jombang

Data penjualan Vaseline Body Lotion di Toko Mellebee Beauty Kota Jombang periode 4 semester menunjukkan dimana semester I pada rentang Januari-Juni 2022, semester II pada rentang Juli-Desember 2022, semester III pada rentang Kisaran Januari-Juni 2023, dan semester IV pada rentang Juli-Desember 2023. Dari data diatas terlihat adanya penurunan volume penjualan pada setiap semesternya. Semester I terjual 670 unit, kemudian semester II turun 530 unit, semester III turun 510 unit, dan semester IV turun lagi 464 unit. Permasalahan tersebut menunjukkan adanya kecurigaan pelanggan akan mulai beralih ke Body Lotion merek lain. Di tengah maraknya perawatan tubuh, perusahaan harus tetap bisa menarik konsumen untuk tetap membeli dan menggunakan produknya, dengan mengembangkan citra merek serta persepsi harga suatu produk

sehingga diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian ulang suatu merek. Menurut Setiana dan Marlien (2021) Keputusan pembelian ulang adalah komitmen konsumen yang terwujud setelah konsumen membeli produk atau jasa. Komitmen ini timbul karena konsumen mendapat kesan positif terhadap suatu merek dan konsumen merasa puas dengan pembeliannya. Jika konsumen sudah melakukan pembelian ulang banyak hal positif yang akan di dapatkan oleh perusahaan salah satunya yaitu merekomendasikan kepada orang lain dan sedikit kemungkinan untuk berpindah ke merek lain. Hal ini didukung oleh penelitian Ika Nur Khikmatul Aini, R.A Marlien dan Alimuddin Rizal Riya'I (2022) bahwa keputusan pembelian ulang KFC dipengaruhi secara positif dan signifikan.

Dalam melakukan pembelian ulang pelanggan akan selalu melihat sisi brand image produk yang akan di beli, menurut Tjiptono (2015) mendefinisikan citra merek sebagai rangkaian asosiasi dan keyakinan konsumen mengenai merek tertentu. Brand Image bisa dibidang ciri khas dari suatu produk dalam perusahaan yang merupakan karakter produk, kegunaan produk atau citra yang dirasakan konsumen yang meresap pada benak konsumen dan proses informasi itulah yang membentuk menjadi bagian dari citra merek. Citra merek akan membentuk asosiasi dan keyakinan konsumen tentang atribut suatu produk, serta manfaat produk yang dipercaya oleh konsumen sehingga konsumen akan lebih mudah memberikan perhatiannya dengan menentukan keputusan pembeliannya

terhadap suatu produk, cita merek atau brand image yang baik akan membentuk penilaian positif yang akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, jika penilaian nya bagus dan positif maka konsumen akan melakukan pembelian ulang tanpa ragu. Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian Damaryanti et al., (2022) mengemukakan *Brand Image* berpengaruh positif pada keputusan pembelian ulang.

Selain brand image, faktor persepsi harga juga menentukan minat beli ulang yang dilakukan pelanggan. Pada dasarnya, ketika konsumen mengevaluasi suatu harga, konsumen tidak hanya bergantung dari jumlah harga, tetapi juga persepsi mereka akan harga. Menurut Rivai dan Zulfitri (2021) dalam Clarita, (2023) persepsi harga adalah ukuran yang diukur berdasarkan jumlah uang yang diberikan pembeli untuk barang atau layanan yang telah dijual kepada mereka. Hal ini didukung oleh penelitian dari M. Muflih Prasetyo dan Sutrisno Wibowo (2023) yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada Scarlett Whitening.

Dari penjelasan diatas Word Of Mouth juga dapat menjadi salah satu sarana dalam mendukung penjualan, Menurut Kotler dan Keller (2016) Word Of Mouth (WOM) atau juga dikenal sebagai "komunikasi dari mulut ke mulut", adalah proses komunikasi yang melibatkan memberi saran yang baik kepada individu atau kelompok tentang barang atau jasa dengan tujuan memberikan informasi secara individual. Strategi Word Of Mouth ini terlihat simpel dan tidak membutuhkan biaya yang besar, namun cara ini

merupakan salah satu cara yang efektif untuk pemasaran dan cocok digunakan untuk pelaku usaha. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saputra, Amboningtyas, dan Hasiholan (2020) yang menunjukkan bahwa minat pembelian ulang secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh Word Of Mouth.

Banyak cara agar konsumen mau melakukan Word Of Mouth salah satunya adalah kualitas produk itu sendiri, jika kualitas produk bagus sudah pasti konsumen akan kembali membeli produk tersebut dan juga sebaliknya.

Tabel 1.3 Komplain Pelanggan Pada Produk Body Lotion Vaseline di Mellebee Beauty By Leora Tahun 2024

Jenis Komplain	Jumlah
1. Harga Vaseline Body Lotion di Toko Mellebee Beauty cukup mahal dibanding dengan toko skincare lain.	4
2. Kurang melembabkan dikulit sehingga harus sering direpplay dalam pemakaiannya.	6
3. Tidak sesuai klaim “Memutihkan Kulit”.	5
4. Teksturnya lengket dan tidak cepat meresap sehingga membuat kulit tampak kusam.	5

Sumber: hasil survei lapangan

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat fenomena adanya pelanggan yang mengalami ketidakpuasan dalam pengalaman menggunakan Body Lotion Vaseline. Selain itu hasil survei lapangan pada

toko menunjukkan bahwa harga hand and body lotion Vaseline di Mellebee Beauty lebih mahal dibanding dengan toko kosmetik lainnya sehingga hal tersebut juga dapat menjadi salah satu penyebab pelanggan beralih menggunakan produk lain yang sesuai dengan kebutuhan kulit dan yang dapat memenuhi harapan mereka.

Berdasarkan fenomena dalam latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti fenomena tersebut dengan judul penelitian “ **PENGARUH BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG HAND AND BODY LOTION VASELINE DI MELLEBEE BEAUTY BE LEORA KOTA JOMBANG.**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Brand Image berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Hand & Body Lotion Vaseline di Mellebee Beauty By Leora Kota Jombang ?
2. Apakah Word Of Mouth (WOM) berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Hand & Body Lotion Vaseline di Mellebee Beauty By Leora Kota Jombang ?
3. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang Hand & Body Lotion Vaseline di Mellebee Beauty By Leora Kota Jombang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Brand Image terhadap keputusan pembelian ulang Hand & Body Lotion Vaseline di Mellebee Beauty By Leora Kota Jombang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Word Of Mouth (WOM) terhadap keputusan pembelian ulang Hand & Body Lotion Vaseline di Mellebee Beauty By Leora Kota Jombang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian ulang Hand & Body Lotion Vaseline di Mellebee Beauty By Leora Kota Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian ulang produk Body Lotion Vaseline dan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk toko maupun perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran untuk meningkatkan keputusan pembelian ulang konsumen.

2. Bagi Mahasiswa dan Peneliti Lain

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian di masa mendatang yang akan melakukan pengembangan penelitian. Sedangkan bagi penulis berguna dalam menambah wawasan tentang keputusan pembelian ulang konsumen.

3. Bagi UPN “Veteran” Jawa Timur

Hasil penelitian ini dapat digunakan menambah perbendaharaan kajian di program studi manajemen sehingga dapat membantu mahasiswa lain mencari referensi penelitian.