

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini perkembangan dunia usaha semakin maju sehingga mengakibatkan persaingan yang semakin ketat, pada dasarnya setiap perusahaan berusaha untuk menarik konsumen agar melakukan suatu pembelian terhadap barang atau produk yang di tawarkan tersebut (swa.co.id)

Perkembangan produk kosmetik di Indonesia akhir-akhir ini berkembang dengan pesat. Hal ini terlihat semakin banyak bermunculan jenis produk kosmetik baik merek impor maupun merek yang diproduksi didalam negeri sendiri. Perkembangan produk kosmetik mengakibatkan tingkat persaingan di dunia usaha kosmetik juga semakin ketat, sehingga masing-masing produsen kosmetik berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan. Masing-masing perusahaan berusaha menciptakan suatu konsep pemasaran yang mampu menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain itu perusahaan juga semakin mengembangkan pengetahuannya mengenai perilaku konsumen. Hal ini disebabkan perilaku konsumen sangat berpengaruh terhadap minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Dengan suhu udara yang cenderung panas sehingga mudah bagi para wanita untuk mengalami kulit yang bermasalah seperti kulit yang mengering karena suhu yang dingin dan mengitam karena terpapar sinar matahari. Memiliki kulit yang lembut dan halus merupakan dambaan setiap orang terutama para wanita untuk itu pemilihan *Hand & Body Lotion* yang tepat bagi kulit akan sangat mempengaruhi kesehatan,kelembutan,dan kehalusan kulit. Banyaknya *Hand & Body Lotion* yang beredar di pasaran membuat produsen bersaing ketat untuk menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian. Swastha (2014), dalam pemahaman yang paling umum, sebuah “keputusan” adalah “seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih”. Pengambilan keputusan konsumen merupakan salah satu aspek yang penting di dalam pemasaran, karena konsumen akan melakukan pembelian atau tidak berdasarkan keputusan yang mereka tetapkan. Kotler (2012) mengemukakan keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk”.

Perusahaan produk kecantikan di Indonesia mengalami banyak perkembangan yang cukup pesat. Hal seperti ini dapat dilihat dari banyaknya bermunculan merek kecantikan *Hand & Body Lotion* baru yang bersaing dalam menyediakan *Hand & Body Lotion*. Akibat dari banyaknya pebisnis ini adalah terjadi persaingan yang tinggi. Untuk dapat bertahan dan menjaga posisinya, perusahaan harus memahami karakteristik .konsumen merek dan memahami bagaimana konsumen memutuskan pembelian. *Hand & Body Lotion* merupakan kosmetik yang paling umum digunakan oleh wanita dan pria sebagai salah satu cara merawat kulit agar terlihat lebih lembab dan lembut. Pemakaiannya tidak perlu repot, serta harganya terjangkau oleh semua kalangan terutama kalangan Pelajar ataupun Mahasiswa.

Produk Marina merupakan salah satu *Hand & Body Lotion* wanita yang di produksi oleh PT. Tempo Scan Pacific Tbk. *Hand & Body Lotion* ini sudah ada sejak tahun 1981. Sekarang ini Marina telah mengeluarkan berbagai produk- produk seperti *Hand & Body Lotion, cologne*, perawatan wajah, dan sabun kecantikan. Menurut para konsumen *Hand & Body Lotion* Marina mempunyai kelebihan yaitu harganya relative murah apabila dibandingkan dengan *Hand & Body Nivea* dan Citra. Selain itu *Hand & Body Lotion* Marina juga membuat kulit lebih halus. Setiap produk pasti memiliki kelebihan dan kelemahan. Begitu juga dengan produk Marina *Hand & Body Lotion* juga memiliki kelemahan yaitu warna kulit tidak berubah dan baunya juga cepat hilang. Kondisi persaingan pasar yang semakin ketat mendorong Marina *Hand & Body Lotion* untuk secara terus menerus memperkuat citra merek agar dapat meraih posisi tertinggi di hati konsumen.

Berbagai macam strategi pemasaran telah dilakukan oleh Marina *Hand & Body Lotion* guna mempertahankan posisinya terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Seperti menciptakan strategi dan ide-ide yang inovatif, menjaga kualitas produk, menciptakan harga yang terjangkau, dan memproduksi berbagai macam pilihan produk sehingga para konsumen dapat memilih produk Marina *Hand & Body Lotion* sesuai dengan kriteria kulit masing-masing untuk digunakan bagi para wanita.

Berdasarkan Top Brand Award 2019 untuk kategori *Hand & Body Lotion* terdapat lima merek yang berada pada posisi lima besar yaitu Citra, Marina, Vaseline, Viva, dan Nivea. Dimana masing-masing merek memiliki keunggulan tersendiri. Berbagai macam bentuk penawaran yang diberikan dari setiap produk jika dilihat dari Brand Award produk Marina menjadi salah satu unggulan *Hand & Body Lotion* dibandingkan brand-brand lain yang mampu bersaing dari segi citra merek, harga dan kualitas produk sehingga konsumen membeli kembali selama 3 kali produk tersebut.

Untuk lebih memperkenalkan produk kecantikannya, PT Tempo Scan Pacific gencar melakukan promosi untuk mendorong konsumen melakukan pembelian terhadap produk kecantikannya, diantaranya membuat iklan melalui media televisi dengan mengeluarkan produk baru. Namun dewasa ini banyak bermunculan merek kosmetik baru yang beredar di pasar dengan kualitas yang tidak kalah dengan produk kecantikan merek *Marina Hand and Body Lotion*. Harga yang ditawarkan kepada konsumen juga terjangkau, serta didukung dengan promosi yang tidak kalah saing dengan promosi produk kecantikan *Marina Hand and Body Lotion*. Hal ini memberikan peluang bagi konsumen untuk memilih banyak pilihan alternatif dan membandingkan produk sebelum memilih dan membeli produk yang sesuai dengan keinginan dan harapannya.

Melalui Tempo Distribusi sebagai distributor utama, produk Marina tersebar di seluruh Indonesia, sehingga menjadikannya mudah didapat konsumen di manapun berada. Marina terdistribusi luas ke 40 cabang di Indonesia dengan saluran pemasaran yang merata meliputi pasar tradisional seperti toko kosmetik / toko kelontong maupun pasar modern seperti minimarket, supermarket dan hypermarket. Hingga kini, Marina telah memperoleh beberapa penghargaan nasional seperti Top Brand Award, Best Brand Index, Satria Brand Award, Indonesia Women Brand Champion, Indonesia Original Brand Champion.

Tabel 1.1 Top Brand *Hand & Body Lotion* Tahun 2017-2019

NAMA BRAND	TBI 2017	TBI 2018	TBI 2019	KETERANGAN
<i>Citra</i>	50,1%	42,9%	38,3%	TOP
<i>Marina</i>	17,0%	20,7%	19,7%	TOP
<i>Vaseline</i>	15,4%	12,3%	17,8%	TOP
<i>Viva</i>	5,5%	4,8%	6,2%	
<i>Nivea</i>	3,3%	4,5%	2,6%	

Sumber: www.topbrand-award.com

Berdasarkan tabel diatas terlihat pada posisi kedua Top Brand Index 2017- 2019 diduduki oleh merek Marina berada di urutan top ke dua, pada tahun 2017 Marina mendapatkan sebesar 17.0%, pada tahun 2018 mendapatkan sebesar 20,7 %, dan pada tahun 2019 mendapat sebesar 19,7% mengalami penurunan ditahun ini. Dari

penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa, meskipun Marina masih bertahan di urutan kedua dalam Top Brand Index tahun 2017-2019. Namun pada tahun 2017-2018 Marina *Hand & Body Lotion* mengalami kenaikan dan pada tahun 2019 mengalami penurunan. Sementara persaingan produk *Hand & Body Lotion* semakin ketat. Perusahaan berlomba-lomba memperluas pangsa pasarnya dan mencoba menarik pelanggan dengan mempengaruhi sikap konsumen agar membeli produk mereka.

Dilihat dari Top Brand Index Marina menduduki peringkat kedua dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan harga *Hand & Body Lotion* yang lebih mahal dengan kualitas yang disesuaikan dengan masing-masing produk. Dengan adanya pesan iklan yang erat berkaitan dengan kualitas suatu produk pada perusahaan, produk itu sendiri berkaitan dengan konsumen, tentang bagaimana suatu kesan tertentu dari suatu produk maupun perusahaan, sehingga harus bisa mendapatkan tempat dalam struktur ingatan konsumen lebih kuat dibandingkan dengan pesaing.

PT. Tempo Scan Pacific Marina perlu menyadari bahwa persaingan produk *Hand & Body Lotion* semakin ketat. Perusahaan berlomba-lomba memperluas pangsa pasarnya, mencoba menarik pelanggan dengan cara mempengaruhi sikap konsumen agar ingin membeli produk-produk mereka. Tuntutan konsumen terhadap suatu produk, baik berbentuk barang maupun jasa yang ditawarkan perusahaan semakin hari semakin meningkat karena pada dasarnya konsumen tidak akan merasa puas dalam pemenuhan kebutuhan maupun keinginannya. Selain produk dari suatu harga pun akan diperhatikan calon konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Harga yang ditawarkan oleh produk Marina *Hand & Body Lotion* ini bervariasi tergantung produk marina *Hand & Body Lotion* masing-masing. Kebanyakan konsumen menggunakan produk marina *Hand & Body Lotion* karena bahan yang terbuat dari bahan-bahan alami dan harga yang terjangkau, adanya varian marina *Hand & Body Lotion* yang lain seperti Marina natural protects & cares, Marina natural rich moisturizing, Marina natural nourished & healthy dan Marina natural smooth & glow, dan marina UV White bright & fresh.

Tabel 1.2 Harga Marina *Hand & Body Lotion* 200ml

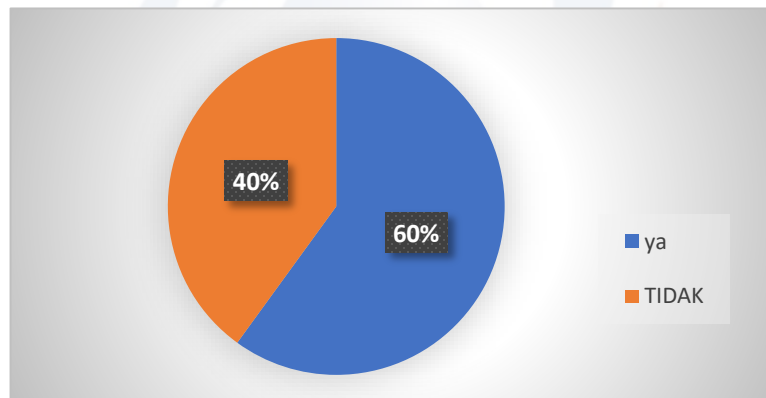
No	Produk	Harga
1	Citra	Rp 16.000
2	Marina	Rp 11.000
3	Vaseline	Rp 35.000

4	Nivea	Rp 28.000
5	Viva	Rp 19.200

Sumber : diolah dari survey (2019)

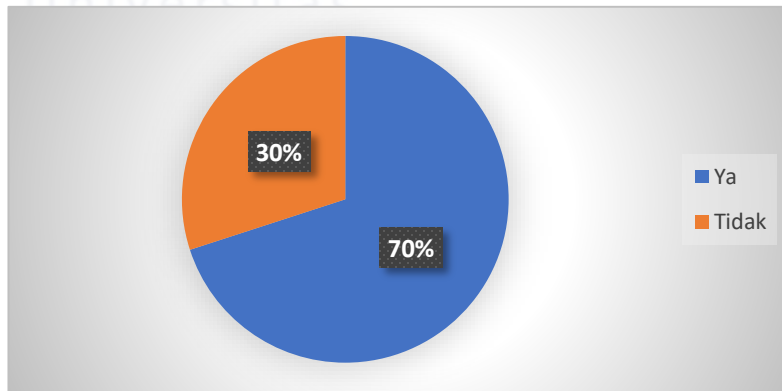
Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa adanya persaingan harga dari setiap produk *Hand & Body Lotion* yang ditawarkan, dari tabel harga inilah saya tertarik untuk mengangkat *Hand & Body Lotion* khususnya Marina di bandingkan dengan *Hand & Body Lotion* yang lain dikarenakan walaupun marina memiliki harga yang relatif murah dibandingkan produk lain dipilih masyarakat dalam penggunaan *Hand & Body Lotion* di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Untuk membuktikan adanya masalah pada *Hand & Body Lotion* Marina, peneliti juga melakukan pra survey kepada 30 orang responden dan mengajukan pertanyaan yang sesuai dengan fenomena yang terjadi pada *Hand & Body Lotion* Marina dan memperoleh hasil sebagai berikut :



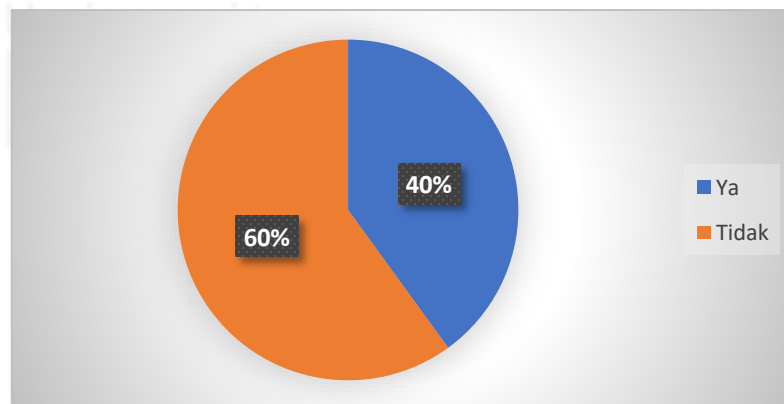
Gambar 1.1 Hasil Pra Survey Kualitas Produk Hand & Body Lotion Marina

Berdasarkan hasil dari diagram 1.1 yang telah ditanyakan kepada 30 orang responden mengenai pertanyaan Apakah Kualitas Produk yang ditawarkan Marina *Hand & Body Lotion* sesuai yang diharapkan. Dalam hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 30 responden yang diberikan pertanyaan sebagian besar responden sebanyak 17 orang (60%) menjawab bahwa kualitas produk sesuai yang diharapkan dan sebagian lagi sebanyak 13 orang (40%) menjawab kualitas produk tidak sesuai yang diharapkan, karena kualitas produk *Hand & Body Lotion* belum sesuai yang diharapkan dibandingkan para pesaingnya, sehingga menyebabkan para konsumen lebih memilih *Hand & Body Lotion* yang diharapkan sehingga kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian pada Marina *Hand & Body Lotion*.



Gambar 1.2 Hasil Pra Survey Harga Hand & Body Lotion Marina

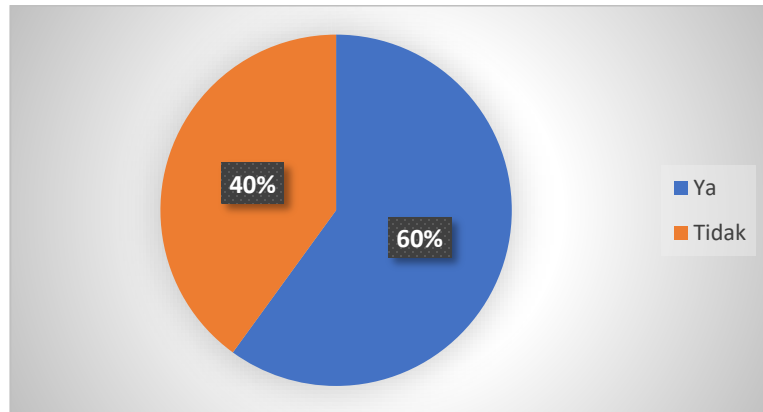
Berdasarkan hasil dari diagram 1.2 yang telah ditanyakan kepada 30 orang responden mengenai pertanyaan Apakah Harga *Hand & Body Lotion* dapat terjangkau oleh masyarakat. Dalam hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 30 responden yang diberikan pertanyaan sebagian besar responden sebanyak 20 orang responden (70%) menyatakan bahwa harga produk sesuai keinginan konsumen, sedangkan sebanyak 10 orang responden (30%) menyatakan bahwa harga produk tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Menurut responden harga produk *Hand & Body Marina* menjadi daya tarik konsumen sehingga konsumen merasa puas untuk membeli *Hand & Body Lotion* dikarenakan harga produknya lebih murah dibandingkan para pesaingnya, sehingga konsumen memilih harga produk yang sesuai diharapkan yaitu *Hand & Body Lotion Marina*.



Gambar 1.3 Hasil Pra Survey Iklan Hand & Body Lotion Marina

Berdasarkan hasil dari diagram 1.3 yang telah ditanyakan kepada 30 orang responden mengenai pertanyaan Apakah Iklan *Marina Hand & Body Lotion* membuat anda tertarik. Dalam hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 30 responden yang diberikan

pertanyaan sebagian besar responden sebanyak 20 orang responden (60%) menyatakan bahwa iklan produk tidak sesuai keinginan konsumen karena iklan produk tersebut jarang dilihat konsumen, sedangkan sebanyak 10 orang responden (40%) menyatakan bahwa iklan produk sesuai dengan keinginan konsumen. Menurut responden iklan produk *Hand & Body Marina* menjadi daya tarik konsumen sehingga konsumen merasa tidak begitu tertarik dengan iklan yang ditampilkan *Hand & Body Lotion*.



Gambar 1.4 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian *Hand & Body Lotion Marina*

Berdasarkan hasil dari diagram 1.4 yang telah ditanyakan kepada 30 orang responden mengenai pertanyaan, Apakah anda memutuskan untuk membeli *Marina Hand & Body Lotion* setelah membandingkan dengan *Hand & Body Lotion* lainnya. Dalam hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 30 responden yang diberikan pertanyaan sebagian besar responden 12 orang (60%) menyatakan bahwa merasa puas pada *Hand & Body Lotion Marina*, sedangkan sebanyak 18 orang (40%) menyatakan bahwa tidak merasa puas pada *Hand & Body Lotion Marina*, karena Kualitas Produk dan Harga *Hand & Body Lotion Marina* cukup memuaskan konsumen, dan kemudian mereka memilih membeli *Hand & Body Lotion Marina*.

Dengan fenomena yang terjadi *Marina Hand & Body Lotion*, bila di lihat dari Top Brand Index *marina* menduduki peringkat kedua dengan harga yang relatif lebih murah di bandingkan Harga *Hand & Body Lotion* yang lebih mahal dan kualitas yang di berikan disesuaikan masing-masing produk. Dengan adanya pesan iklan yang erat kaitanya dengan kualitas produk itu sendiri berkaitan dengan konsumen, tentang bagaimana suatu kesan tertentu atau citra tertentu dari produk maupun perusahaan, sehingga harus bisa mendapatkan tempat dalam struktur ingatan konsumen lebih kuat dibandingkan dengan pesaing. Dan dilihat dari semua permasalahan tersebut dapat

disimpulkan bahwa apakah hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian atau tidak.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadi permasalahan yang terjadi sebagai topik dengan pengambilan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Marina Hand & Body Lotion (Studi Kasus pada pembeli dan pengguna di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Esa Unggul)”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Banyak pesaing (*competitor*) produk *Hand & Body Lotion*

- a. Penurunan Top Brand index yang kemungkinan besar disebabkan adanya penurunan penjualan.
- b. Pengaruh iklan sangat penting untuk membuat konsumen tertarik.

1.2.2 Batasan Masalah

- a. Penulisan membatasi hanya pada produk *Marina Hand & Body Lotion*.
- b. Penulisan membatasi penelitian pada pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan terhadap keputusan pembelian *Marina Hand & Body Lotion*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas. Berikut ini adalah rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah kualitas produk (*product quality*) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk *Marina Hand & Body Lotion*?
2. Apakah harga (*price*) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk *Marina Hand & Body Lotion*?
3. Apakah iklan (*advertisement*) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk *Marina Hand & Body Lotion*?
4. Apakah kualitas produk (*product quality*), harga (*price*), dan iklan (*advertisement*) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk *Marina Hand & Body Lotion*?
5. Diantara variabel kualitas produk dan iklan, variabel manakah yang memberikan kontribusi terbesar pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian pada produk *Marina Hand & Body Lotion*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan

untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Marina *Hand & Body Lotion*.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Marina *Hand & Body Lotion*.
3. Untuk mengetahui apakah iklan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Marina *Hand & Body Lotion*.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Marina *Hand & Body Lotion*.
5. Untuk mengetahui variabel yang memberikan kontribusi terbesar pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Marina *Hand & Body Lotion*.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Bagi perusahaan:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk tetap menjaga kualitas produk, harga, dan iklan yang tepat bagi para konsumen produk *Hand & Body Lotion*.

b. Bagi Masyarakat:

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kualitas produk, harga, dan iklan terhadap loyalitas konsumen *Hand & Body Lotion* Marina

c. Bagi Penulis:

Penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan mengenai kualitas produk, harga, dan iklan yang menjadi pertimbangan bagi para konsumen untuk memilih Marina *Hand & Body Lotion*.