

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini kebutuhan dan keinginan terus meningkat namun sumber daya untuk memenuhi semua itu tentu sangat terbatas dan semakin canggihnya teknologi segala sesuatu kini dilakukan menggunakan mesin dan bahkan tidak sedikit manusia yang tidak terlepas dengan teknologi. Mulai dari perkembangan inilah muncul bermacam – macam kebutuhan sekaligus inovasi yang terus berkembang mulai dari makanan, gaya hidup, perawatan kecantikan, kesehatan, dan masih banyak lagi. Salah satunya adalah produk perawatan tubuh dengan berbagai jenis.

Produk Perawatan tubuh ini meliputi perawatan dari ujung rambut hingga ujung kaki. Produk yang ditawarkan pun bervariasi mulai dari sabun mandi, sabun cair, shampo, conditioner, lulur mandi, hingga *hand body lotion*. Tentu hal tersebut menjadi salah satu andalan perusahaan dibidang kosmetik dan kecantikan dengan inovasi produk yang berbagai macam. Banyak sekali perusahaan yang menawarkan tidak hanya satu produk serta varian mulai dari yang biasa hingga tidak biasa (jarang ditemui / mungkin terdengar aneh). Peningkatan penjualan tertinggi dicapai oleh rangkaian produk skin care, yang merupakan kontributor terbesar walaupun kategori ini adalah salah satu yang paling sulit.

Salah satunya dibidang produk-produk perawatan tubuh yaitu hand & body lotion. Merek, jenis dan fungsi hand & body lotion sangat beragam. Oleh karena itu industri-industri hand & body lotion saling berlomba-lomba meningkatkan kualitas dan mutu. Selain itu mereka juga selalu berusaha meluncurkan produk-produk baru untuk memenuhi keinginan konsumen. Salah satu produk yang turut bersaing di pasar adalah Hand & Body Lotion Vaseline. Melihat terlalu banyaknya persaingan antara berbagai produk yang satu dengan yang lain, maka konsumen dapat memilih dengan mudah dalam melakukan pembelian suatu produk. Mempertahankan pelanggan dan mendapatkan konsumen baru bukanlah persoalan yang mudah. Perusahaan akan melakukan berbagai strategi untuk dapat bersaing dengan pesaingnya dan strategi yang diambil oleh perusahaan haruslah tepat.

Vaseline adalah salah satu contoh produk yang mempunyai keunggulan diantara produk hand & body lotion yang lain. Hand & Body Lotion Vaseline mulai diketahui namanya pada tahun 1872 sampai pada masa sekarang ini. Memiliki kulit yang cantik dan sehat adalah impian semua wanita. Namun, tidak semudah itu kita bisa memilikinya. Terdapat banyak perawatan yang harus dilakukan baik dari luar maupun dalam diri. Perawatan

kulit tidak dapat sembarangan dilakukan karena kita harus mengetahui jenis dari kulit kita sendiri sehingga dapat menentukan jenis perawatan yang sesuai dan aman bagi kulit kita. Tentunya semua itu perlu biaya yang mungkin saja akan menguras dompet kita. Tapi pada kenyataannya, dapat kita lihat banyaknya produk perawatan kulit yang praktis dan bisa didapatkan dengan harga yang lebih terjangkau, salah satunya adalah produk hand & body lotion dari Vaseline.

Merek Vaseline merupakan salah satu merek hand and body lotion yang sudah ada di Indonesia. Vaseline diformulasikan untuk membantu, menjaga kelembaban, dan kesehatan kulit sebagai pelembab kulit (Unilever). Produsen dan pemasar dari hand and body lotion Vaseline itu sendiri adalah PT Unilever Indonesia, Tbk. PT Unilever Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang sudah berdiri lama di Indonesia dan bergerak dalam bidang produksi sabun, deterjen, margarin, minyak sayur, dan makanan yang terbuat dari susu, es krim, makanan dan minuman dari teh, serta produk-produk kecantikan kulit seperti hand and body lotion. Persaingan antara berbagai macam merek hand and body lotion yang ada, terus membuat Vaseline melakukan inovasi terhadap produk produknya untuk tetap mempertahankan Keputusan konsumen.

Salah satu survei merek di Indonesia yang dijadikan sebagai indikator kinerja sebuah merek di Indonesia adalah *Top Brand Award*. Konsep tentang Top Brand mengenai merek suatu produk didasarkan pada tiga parameter yaitu: merek yang paling diingat (*top of mind*), merek yang terakhir kali dibeli atau dikonsumsi (*last used*), serta merek yang akan dipilih kembali di masa mendatang (*future intention*). Ketiga parameter tersebut diformulasikan dengan cara menghitung rata-rata terboboti masing-masing parameter untuk membentuk Top Brand Index (TBI). Kriteria yang harus dipenuhi adalah memperoleh Top Brand Index minimum sebesar 10% dan berada dalam posisi top three di dalam kategori produknya.

Pada dua kategori tersebut tidak menutup kemungkinan dalam satu kategori produk terdapat lebih dari satu merek, maksimal tiga merek yang meraih predikat Top Brand. Survei Top Brand juga melakukan survei pada hand and body lotion seperti yang terlihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1.1**

## TOP Brand Index HAND & BODY LOTION 2020

BRAND	TBI 2020	
Citra	31.5%	TOP
Marina	22.4%	TOP
Vaseline	11.8%	TOP
Nivea	5.4%	
Viva	1.8%	

**Tabel 1.2**  
**Daftar Harga Hand & Body Lotion Tahun 2020**

MERЕК	HARGA 200ML
CITRA	Rp. 21.700
MARINA	Rp. 9.500
VASELINE	Rp. 22.500
NIVEA	Rp. 35.900
VIVA	Rp. 18.500

Sumber: PT. Indomarco Prismatama, 2020

Maka dari itu, penulis mengambil salah satu perawatan produk tubuh tersebut karena produknya yang inovatif, dan harga yang ditawarkan juga sesuai dengan kualitas produk dikalangan para mahasiswi yang sebagai konsumen serta responden dalam penelitian ini. Bagi konsumen produk hand body lotion Vaseline, kualitas dari produk merupakan salah satu daya tarik penawaran pasar yang dipandang penting dalam melakukan pembelian dan merupakan faktor penentu dari kepuasan konsumen, jika konsumen merasa puas dengan kualitas dari produk itu sendiri maka konsumen akan membeli kembali produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) adalah *“Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs”*, yang artinya kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Selain memandang kualitas produk, konsumen juga memperhatikan harga sebagai pertimbangan dalam melakukan pembelian dan merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Harga produk diterapkan untuk menciptakan nilai pelanggan. Konsumen cenderung memilih

produk yang berkualitas, namun memiliki harga yang sesuai dengan harapan, keinginan serta daya beli konsumen. Lupiyoadi (2011) metode penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian “value” kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi “supply” atau “marketing channels”. Akan tetapi, yang paling penting adalah keputusan dalam harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

**Tabel 1.3**  
**Hasil Pra Survey Hand & body lotion**  
**Di Wilayah Kebon Jeruk Jakarta Barat**

Variabel	Pertanyaan	Ya	Tidak
Kualitas Produk (X1)	Apakah kualitas produk Hand and body Vaseline bagus dari produk yang lain ?	14	15
Harga (X2)	Apakah Harga Produk Hand and Body Vaseline lebih terjangkau dari produk yang lain?	9	20

Sumber: Data diolah, 2020

Survey yang dilakukan terhadap 29 konsumen yang menggunakan produk Hand Body lotion Vaseline kepada Mahasiswa Ekonomi Esa Unggul Kebon Jeruk. terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen mengenai produk Hand Body Lotion Vaseline.

Hasil pra survey yang telah dilakukan dari 29 responden dan ditemukan bahwa, pada pernyataan yang menyatakan bahwa hand & body lotion Vaseline memiliki kualitas yang bagus, responden yang menjawab “Ya” sebesar 48,3% sedangkan yang menjawab “Tidak” sebesar 51,7%. Pernyataan yang menyatakan bahwa hand & body lotion Vaseline harganya terjangkau, responden yang menjawab “Ya” sebesar 31% sedangkan yang menjawab “Tidak” sebesar 69%. Jadi kesimpulan awal yang bisa diambil dari data Pra survai diatas bahwa kualitas produk pada hand and body Vaseline masih rendah, dan Harga produk masih belum sesuai yang di inginkan responden.

Konsumen semakin hari semakin kritis untuk memilih suatu produk. Produsen akan cenderung lebih memperhatikan kepentingan pengetahuan produk dalam hal memasarkan produk yang dihasilkan guna menciptakan kepuasan konsumen. Konsumen sebelum mengambil keputusan pembelian harus mencari informasi sebuah barang atau jasa yang akan dibelinya. Produk yang berkualitas serta sesuai dengan keinginan konsumen merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Berdasarkan fenomena dan pendapat peneliti tertarik untuk membahas mengenai: **“Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Hand and Body Lotion Vaseline (study kasus: Mahasiswa Ekonomi Esa Unggul kebon Jeruk)”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Permasalahan yang akan di ungkap dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk hand and body Vaseline ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk hand and body Vaseline ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk hand and body Vaseline ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan pembelian pada produk hand and body Vaseline
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk hand and body Vaseline
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk hand and body Vaseline

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak antara lain:

#### **Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini untuk menerapkan dan menggunakan teori yang didapat dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan, serta

menggal ilmu pengetahuan di lapangan dan menambah wawasan penelitian dalam manajemen pemasaran terutama dalam hal keputusan pembelian.

#### **Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk *hand and body Vaseline*.

#### **Bagi pihak lain**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya. Bagi pembaca umum dapat memberikan pengetahuan lebih tentang perusahaan.

### **1.5 Beda Penelitian dengan Terdahulu**

Beda Penelitian dengan terdahulu adalah Peneliti (UPB, 2017) menggunakan populasi konsumen pada Pt Semen Holcim Batam. Peneliti (Rizan et al., 2017) menggunakan populasi konsumen Product Pt. Schneider Indonesia dan Variabel bebas yang digunakan Image, Price, Product Quality And Perceive Risk. Peneliti Lidya & Pasaribu (2018) menggunakan sampel konsumen *hand body citra* dan Variabel bebas yang digunakan Promosi, Kualitas Produk, dan Desain. Peneliti Rosa et al (2020) menggunakan populasi konsumen pada Mahasiswa Universitas Samudra dan Variabel bebas yang digunakan Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga, serta Sampel menggunakan rumus cochan. Peneliti Anggraini (2019) menggunakan sampel konsumen Kosmetik Wardah. Peneliti Igir & Tampi (2018) menggunakan sampel konsumen Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up. Dan Peneliti Irawan et al., (2019) menggunakan populasi konsumen Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD Rasa Motor di Lumajang dan Variabel bebas yang digunakan Promosi, Produk dan, Harga.

Jadi penelitian yang akan diteliti peneliti memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu, baik dari segi variabel, populasi, dan sampel yang digunakan oleh penelitian terdahulu. Saran Peneliti terdahulu yaitu variabel-variabel yang diteliti tidak terbatas Dengan upaya ini maka semakin memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen, khususnya untuk produk *hand and body lotion*. harus tetap memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk sehingga konsumen tetap memilih dan terus menggunakan. perlu memperhatikan daya saing harga Kunsumen tentunya akan lebih tertarik untuk membeli ulang produk jika harga produk tersebut dapat bersaing dengan produk yang sejenis lainnya. Perlu ada penelitian lainnya atau replikasi dari penelitian ini untuk membuktikan hasil penelitian.