

PENDAHULUAN

Citra merek merupakan salah satu konsep pemasaran yang paling populer dan penting untuk diteliti karena citra merek merupakan seperangkat ide, sikap, dan perilaku konsumen tentang suatu perusahaan, menjadikannya salah satu konsep pemasaran yang paling populer dan signifikan untuk dipelajari (Kotler & Keller 2016). Citra merek penting juga bagi perusahaan karena untuk memengaruhi apakah pelanggan akan membeli produk atau menggunakan layanan atau tidak, sehingga perusahaan perlu fokus untuk membangun identitas merek yang positif. Oleh karena itu, jika suatu perusahaan memiliki citra merek yang baik dimata pelanggan, maka perusahaan tersebut akan selalu diingat oleh pelanggan dan untuk mendukungnya dengan hasil penelitian serupa bahwa citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (Qalati *et al.*, 2021). Dengan begitu perlu strategi untuk menciptakan citra merek yang positif untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada atau untuk mendapatkan pelanggan baru, sehingga ketika konsumen memiliki kesan yang baik tentang perusahaan atau penawarannya dari waktu ke waktu, perusahaan atau penawarannya memiliki keunggulan kompetitif yang bertahan lama (Cuong & Khoi 2019).

Dalam hal ini, citra merek perusahaan yang berkaitan dengan fenomena yang ada di lingkungan sekitar yang melonjaknya angka obesitas dan masalah kesehatan pada masyarakat, salah satu perusahaan yang menawarkan produk suplemen kesehatan ialah Herbalife. Herbalife perusahaan yang bergerak dalam bidang nutrisi global, penurunan berat badan, energi, kebugaran dan perawatan kulit. Herbalife menempati posisi kedua dalam kategori susu diet khusus dalam studi tahun 2022 berdasarkan data dari indeks merek teratas. Jika dibandingkan dengan WRP yang menawarkan produk serupa tetapi dengan harga yang lebih rendah, pangsa pasar Herbalife adalah 30,90 persen, sedangkan Entrasol adalah 22,80 persen. Pertumbuhan merek Herbalife yang paling berharga menunjukkan bahwa pelanggan menghargai upaya perusahaan untuk menumbuhkan citra merek yang positif dan menyediakan barang berkualitas tinggi. Sementara barang-barang kelas atas Herbalife lebih populer daripada para pesaingnya, mereka masih tertinggal dari penawaran banyak perusahaan lain yang pada dasarnya menyediakan hal-hal yang sama. Jika dibandingkan dengan tiga item lain dalam kategori yang sama, dapat dikatakan bahwa produk Herbalife lebih mahal.

Karena persaingan bisnis saat ini juga semakin dinamis dan semakin ketat, mendorong perusahaan untuk berfikir secara kreatif dan memperkenalkan sesuatu yang baru, memastikan bahwa selalu unggul dari para kompetitornya. Perusahaan tidak hanya mengembangkan produk dan kualitas layanan yang unggul bagi pelanggan yang membutuhkannya saja tetapi perusahaan juga perlu harus memperhatikan citra merek suatu produk. Citra merek membantu konsumen mengenali manfaat merek dan membedakannya dari penawaran serupa (Dam & Dam 2021). Kemudian Hsieh *et al.*, (2018) berpendapat bahwa reputasi suatu merek yang baik mendorong loyalitas pelanggan. Beberapa penelitian mendukung gagasan bahwa pelanggan yang puas dan setia adalah akibat langsung dari reputasi merek yang hebat (Ashraf *et al.*, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa semakin berhasil membangun citra merek yang positif dan memuaskan pelanggan, semakin besar kemungkinan konsumen akan menjadi pelanggan setia dan itu menguntungkan bagi perusahaan. Selanjutnya, beberapa penelitian sebelumnya menjelaskan

bahwa citra merek memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan (Wu *et al.*, 2011)

Berdasarkan pemaparan penelitian sebelumnya ditemukan adanya gap penelitian yang dapat dikembangkan dalam penelitian ini. Terdapat perbedaan diantara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Perbedaan pertama yaitu penambahan variabel citra merek. Kedua yaitu terdapat perbedaan objek penelitian. Objek penelitian ini berfokus pada pelanggan produk Herbalife di Indonesia. Sedangkan objek penelitian sebelumnya yaitu nasabah bank di Indonesia. Fenomena objek penelitian ini dapat ditemukan dengan melihat perilaku konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh citra merek, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna produk Herbalife di Kabupaten Indramayu. Sehingga hal ini bisa dapat memberikan masukan kepada manajemen Herbalife agar bisa mengambil kebijakan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.