

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, pasta gigi dalam kehidupan sehari-hari bukan merupakan produk asing lagi. Pasta gigi merupakan kebutuhan utama dari manusia dalam menjaga kebersihan dan kesehatan gigi. Kebutuhan akan produk ini sudah merupakan kebutuhan pokok bagi masyarakat dan permintaannya terus meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan konsumsi pasta gigi ini selain disebabkan oleh pertumbuhan jumlah penduduk, juga ditunjang oleh faktor semakin meningkatnya rasa estetika masyarakat akan pentingnya kesehatan gigi dalam kehidupan sehari-hari. Pasta gigi merupakan salah satu dari produk atau barang yang dipakai sehari-hari oleh konsumen dan pembeliannya dapat dilakukan sesering mungkin sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen.

Merek pasta gigi yang beredar dipasar saat ini sudah banyak dan tidak dapat dihindari lagi terjadinya persaingan yang sangat ketat diantara perusahaan-perusahaan yang memproduksi pasta gigi dalam merebut pangsa pasar yang lebih besar. Perusahaan-perusahaan tersebut berupaya untuk menarik dan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya untuk memperoleh konsumen yang loyal sehingga dengan hal ini suatu produk tersebut diharapkan dapat menjadi *leader* atau pemimpin pangsa pasar diantara produk-produk pesaing.

Pepsodent merupakan merek pasta gigi dari berbagai produk yang dihasilkan oleh PT. Unilever Tbk, sebagai pasta gigi keluarga Indonesia. Pasta gigi Pepsodent ini mempunyai beragam varian sesuai dengan karakter penggunaannya yang berorientasi kepada kepentingan konsumen. Terdapat berbagai jenis pepsodent mulai dari bentuk kemasan, rasa, dan untuk kesehatan gigi dan gusi. Selain Pepsodent banyak merek lain di industri pasar Indonesia yaitu Close up, Ciptadent, Formula dan lain-lain. Pepsodent merupakan merek pasta gigi yang sudah dikenal oleh masyarakat. Pepsodent merupakan top brand nomor satu untuk kelas pasta gigi di Indonesia.

Produk dibuat atau dihasilkan untuk memenuhi keinginan pelanggan sehingga suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan konsumen. Oleh karena itu, dengan semakin berkualitasnya suatu produk, maka konsumen akan merasa puas terhadap produk yang dibeli. Jika mutu produk yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipersepsikan akan memuaskan.

Kualitas produk erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan dimana akan membangun hubungan antara pelanggan dengan perusahaan dalam kurun waktu yang lama. Menurut Kotler dan Keller (2009:140) bahwa konsumen yang sangat puas biasanya akan tetap setia untuk jangka waktu yang lama, serta membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama. Perusahaan sadar dan percaya akan adanya hubungan antara kepuasan pelanggan terhadap peningkatan pangsa pasar.

Selain kualitas produk, harga sangat penting bagi konsumen sebelum melakukan pembelian, persoalan penetapan harga seakan menjadi perhatian bagi konsumen dan perusahaan. Jika harga yang ditetapkan perusahaan sesuai dengan manfaat dan keinginan konsumen maka keberadaan pasta gigi ini dapat diterima oleh masyarakat.

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa.

Kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang utama bagi kebanyakan perusahaan. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan agar konsumen tidak beralih ke produk yang lain adalah berusaha menjaga kepuasan pelanggan karena kepuasan pelanggan akan menimbulkan loyalitas pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah hal utama pada era persaingan yang semakin ketat, dalam situasi persaingan yang demikian perusahaan mulai memberikan perhatian lebih terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, Sehingga para pemasar saat ini tidak hanya berkonsentrasi menjaga hubungan baik dengan konsumennya. Tanpa adanya loyalitas pelanggan suatu perusahaan tidak akan dapat bertahan dalam persaingan.

Semakin tinggi tingkat kualitas produk, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dengan tingginya kepuasan yang

dirasakan konsumen maka akan terciptanya sikap loyal konsumen terhadap pasta gigi Pepsodent.

Tabel 1.1 Top brand award pasta gigi periode 2012 - 2014

Merek	2012	2013	2014
Pepsodent	75,0%	71,6%	73,1%
Ciptadent	7,6%	9,1%	7,5%
Close up	6,7%	7,5%	7,2%
Formula	1,5%	7,1%	7,8%

Sumber: Top brand award, 2015

Berdasarkan table 1.1 diatas, Pepsodent mampu membuktikan eksistensinya di industri pasta gigi dibandingkan merek pasta gigi lainnya. Pada tahun 2012 pepsodent mencapai sebesar 75,0%, tetapi pada tahun 2013 pepsodent mengalami penurunan menjadi sebesar 71,6%, dan 2014 mencapai sebesar 73,1%. Pepsodent pada tahun 2012 ke 2013 mengalami penurunan sebesar 3,4% dan pada tahun 2014 pepsodent mengalami kenaikan sebesar 1,5 %. Persentase diatas, menjelaskan bahwa pasta gigi merek pepsodent memiliki pengakuan merek yang lebih tinggi oleh konsumen dibandingkan merek pasta gigi lainnya. Walaupun pepsodent pada tahun 2013 mengalami penurunan pepsodent tetap menduduki peringkat pertama pada Top Brand Index.

Dari tabel diatas juga disimpulkan bahwa dalam hal kualitas produk Pepsodent menunjukkan pencapaian yang sangat baik. Angka persentase diatas

membuktikan bahwa Pepsodent masih tetap eksis dengan kualitas terbaik dalam industri pasta gigi dibandingkan dengan para pesaingnya.

Berdasarkan penjabaran di atas dapat dilihat pentingnya faktor kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui keterkaitan antara kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent.

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pasta Gigi Pepsodent (Studi kasus di sekitar Wilayah Cengkareng Timur)”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Adanya persaingan Pepsodent dengan Ciptadent, Close up, dan Formula sehingga berdampak pada penjualan pasta gigi Pepsodent.
2. Kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh para pesaing sangat kompetitif sehingga menurunnya tingkat penjualan pada pasta gigi.
3. Banyaknya konsumen yang tidak loyal terhadap merek pasta gigi sehingga kepuasan yang dirasakan konsumen menurun.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan pada hal-hal yang terdapat identifikasi masalah maka penulis melakukan pembatasan masalah hanya pada tanggapan yang diberikan oleh para

pembeli dan pengguna produk pasta gigi Pepsodent tentang kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap produk pasta gigi Pepsodent sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah diatas, dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pasta gigi Pepsodent?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada pasta gigi Pepsodent?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pasta gigi Pepsodent?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada pasta gigi Pepsodent?
5. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada pasta gigi Pepsodent?
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pasta gigi Pepsodent?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pasta gigi Pepsodent.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada pasta gigi Pepsodent.

3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pasta gigi Pepsodent.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada pasta gigi Pepsodent.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada pasta gigi Pepsodent.
6. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pasta gigi Pepsodent?

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, diharapkan dapat membantu dan berguna untuk berbagai pihak:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dengan harapan PT. Unilever Indonesia Tbk mampu bersaing serta menjadikan perusahaan lebih baik lagi dalam meningkatkan kualitas pelanggan merasa menjadi lebih puas dan semakin loyal kepada konsumen.

2. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan mengenai kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih produk pasta gigi Pepsodent.

3. Bagi mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan perkembangan ilmu pengetahuan yang lebih luas bagi para mahasiswa untuk lebih mengenal tentang pengaruh kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.