

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang beriklim tropis sehingga terdapat dua perubahan musim yang melanda negeri ini, yaitu kemarau dan penghujan. Namun belakangan ini kita dapat merasakan tingkat perubahan iklim yang tidak menentu terjadi dipermukaan bumi ini khususnya Indonesia sendiri. Hal ini terus akan berdampak pada aktifitas manusia khususnya bagi para wanita di ibu kota Jakarta yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi dengan suhu udara yang cenderung panas sehingga mudah bagi para wanita untuk mengalami kulit yang bermasalah seperti kulit yang mengering karena suhu yang dingin. Banyaknya produk-produk *hand & body lotion* yang termasuk kedalam klarifikasi barang belanjaan yang ditawarkan tiap-tiap industri kecantikan membuat konsumen lebih selektif terhadap keputusan memilih kebutuhan akan kesehatan kulit.

Perusahaan produk kecantikan di Indonesia mengalami banyak perkembangan yang cukup pesat, hal ini dapat kita lihat dengan banyak bermunculan merek-merek kecantikan khususnya *hand & body lotion* baru yang bersaing dalam menyediakan *hand & body lotion* khusus daerah tropis. Namun dari akibat banyaknya pemain dalam bisnis ini adalah terjadinya persaingan yang tinggi, untuk dapat menjaga posisinya dan bertahan, perusahaan harus memahami bagaimana konsumen dalam menentukan pembelian. Hingga dengan memahami konsumen dalam proses pengambilan keputusan, maka akan dapat

mempengaruhi, sehingga konsumen tersebut nantinya akan menggunakan produk mereka.

Nivea merupakan sebuah merek kosmetik yang diproduksi oleh Beiersdorf AG. Merek ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1911 di Jerman. Produk yang dihasilkan oleh Nivea antara lain sabun, lipstik, pelembab, *hand & body* dan masih banyak lagi. Di Indonesia, Nivea diproduksi oleh PT. Beiersdorf Indonesia pada tahun 1960. Didirikan pada tahun 1911, apoteker dan pebisnis visioner Dr. Oscar Troplowitz menyadari potensi dalam Eucerit, sebuah pengemulsi yang dikembangkan oleh ahli kimia, Dr. Isaac Lifschütz. Eucerit memungkinkan untuk menyatukan air dan minyak menjadi sebuah krim stabil, dan pada awalnya dimaksudkan untuk penggunaan dalam bidang medis. Campuran emulsi air dalam minyak akan menjadi dasar yang sempurna untuk sebuah krim kosmetik kulit.

Berdasarkan Top Brand Award untuk kategori produk *hand & body lotion* terdapat lima merek yang berada pada posisi lima besar yaitu Citra, Viva, Marina, Vaseline dan Nivea.

Tabel 1.1 Top Brand Index Periode Tahun 2012-2016

Merek	TBI 2012	TBI 2013	TBI 2014	TBI 2015	TBI 2016
CITRA	55,5%	52,5%	50,9%	34,5%	49,9%
MARINA	15,%	19,1%	15,2%	15,9%	16,8%
VASELIN	8,9%	9,1%	9,8%	15,0%	13,4%
NIVEA	3,3%	3,8%	4,9%	5,5%	3,6%
VIVA	4,2%	2,9%	2,9%	2,9%	5,5%

Sumber: Frontier Consulting Group, 2016

Berdasarkan tabel 1.1 pada tahun 2012 Nivea mendapatkan presentase TBI sebesar 3,3%, pada tahun 2013 mendapatkan presentase 3,8%, pada tahun 2014 mendapatkan presentases 4,9%, pada tahun 2015 mendapatkan presentase 5,5%, dan pada tahun 2016 mengalami penurunan presentase sebesar 3,6%. Perlu bagi Nivea dalam hal ini untuk mengetahui persaingan *hand & body lotion* yang semakin ketat yang membuat produk ini turun pada tahun 2016. Penurunan Top Brand Index *hand & body lotion* Nivea mengidentifikasi adanya penurunan kekuatan merek yang ada dibenak konsumen terhadap produk yang bersangkutan. Apabila kekuatan merek yang ada dibenak konsumen turun maka pengaruh keputusan pembelian konsumen terhadap merek juga akan turun. Bila merek rendah, konsumen akan cenderung berpindah ke merek lain, sebaliknya bila kesetiaan konsumen terhadap merek tinggi maka konsumen akan melakukan pembelian terhadap produk tersebut secara berulang-ulang. Perlu bagi *hand & body lotion* Nivea menyadari hal ini, persaingan produk *hand & body lotion* semakin ketat. Perusahaan berlomba-lomba untuk memperluas pangsa pasarnya, mencoba menarik pelanggan dengan cara mempengaruhi sikap konsumen agar membeli produk-produk mereka.

Kondisi persaingan pasar yang semakin ketat mendorong Nivea *hand & body lotion* untuk secara terus menerus memperkuat citra mereknya agar dapat meraih posisi tertinggi dihati konsumen dan membuat pelanggannya agar selalu membeli produk Nivea. Menurut data pada Top Brand Award Nivea berada pada posisi paling rendah diantara produk *hand & body* lainnya yaitu dengan presentase 3,6% di tahun 2016. Tetapi meskipun mengalami penurunan

presentase, Harga yang ditawarkan produk ini terbilang mahal diantara produk *hand & body* lainnya. Hal ini sangat mempengaruhi pada penjualan.

Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap penjualan maka berikut adalah daftar harga *hand & body lotion* :

Tabel 1.2 Daftar Harga *Hand & Body Lotion* Tahun 2017

Merek	Harga 200ml
Citra	Rp32.900
Marina	Rp25.000
Vaseline	Rp21.900
Nivea	Rp35.900
Viva	Rp19.200

Sumber: PT. Indomarco Prismatama, 2017

Berdasarkan pada daftar harga di atas dapat dilihat harga *hand & body lotion* Nivea lebih mahal dibandingkan produk *hand & body lotion* lainnya. Segmentasi pasar pada produk Nivea diperuntukan bagi kaum wanita yang memiliki jenis kulit normal, kering, cenderung berminyak. Segmentasi pasar pada produk Citra adalah wanita berusia 15 hingga 35 tahun yang ingin menjadi modern tanpa melupakan norma-norma sosial Indonesia, Segmentasi pasar pada produk Marina adalah Perempuan muda yang ingin tetap aktif dan penuh semangat dalam menjalani hidup mereka yang peduli akan kecantikannya. Segmentasi pasar pada produk Vaselin adalah wanita usia 18-25 tahun terutama mahasiswi. Dan segmentasi pasar pada produk Viva diperuntukan untuk wanita karir dan untuk daerah tropis.

Masing-masing produk mempunyai segmentasi pasar yang berbeda-beda, ini sebabnya konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

Dalam pernyataan ini, diadakan pra survey kepada 30 responden yang di temui di wilayah Kebon Jeruk Jakarta Barat untuk mengetahui bagaimana respon dari responden tersebut terhadap *hand & body lotion* Nivea

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

Variabel	Pernyataan	Ya	Tidak
Harga (X1)	Konsumen menggunakan <i>hand & body lotion</i> Nivea karena harganya terjangkau	11	19
Kualitas Produk (X2)	Konsumen menggunakan <i>hand & body lotion</i> Nivea karena kualitasnya sesuai dengan yang diinginkan	12	18
Citra Merek (X3)	Konsumen menggunakan <i>hand & body lotion</i> Nivea karena Nivea merek yang terkenal	14	16

Sumber: Data diolah, 2017

Hasil pra survey yang telah dilakukan dari 30 responden dan ditemukan bahwa, pada pernyataan yang menyatakan bahwa *hand & body lotion* Nivea harganya terjangkau, responden yang menjawab “Ya” sebesar 36,7% sedangkan yang menjawab “Tidak” sebesar 63,3%. Pernyataan yang menyatakan bahwa *hand & body lotion* memiliki kualitas sesuai dengan yang diinginkan, responden yang menjawab “Ya” sebesar 40% sedangkan yang menjawab “Tidak” sebesar 60%. Pernyataan yang menyatakan bahwa *hand & body lotion* merupakan merek

yang terkenal, responden yang menjawab “Ya” sebesar 40% sedangkan yang menjawab “Tidak” sebesar 60%.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan peneitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik dengan pengambilan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand & Body Lotipn* Nivea Di Wilayah Kebon Jeruk Jakarta Barat”**

1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

1. Harga produk *hand & body lotion* Nivea dibandingkan dengan produk lainnya diatas rata-rata, sehingga konsumen memilih produk lain yang harganya terjangkau.
2. Berdasarkan survey bahwa kualitas produk *hand & body lotion* Nivea tidak sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen.
3. Terjadinya penurunan peringkat pada Top Brand Index tahun 2016 yang menyebabkan citra merek *hand & body lotion* Nivea menurun dimata konsumen.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek

terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Nivea di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

1.3 Rumusan Masalah

Atas dasar latar belakang dan pembahasan masalah, maka perumusan masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Nivea di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Nivea di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Nivea di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat?
4. Apakah harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Nivea di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat?
5. Apakah harga faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Nivea di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Nivea di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Nivea di wilayah Jakarta Barat.
3. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Nivea di wilayah Jakarta Barat.
4. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Nivea di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat.
5. Harga merupakan faktor yang paling dominan terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Nivea di Kebon Jeruk, Jakarta barat.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi bahan untuk evaluasi sehingga perusahaan bisa terus mengembangkan produknya dimasa yang akan datang.
2. Bagi Penulis
Hasil penelitian ini merupakan suatu eksperimen dalam mengetahui dan menggali lebih dalam lagi tentang ilmu pemasaran yang telah dipelajari dan diperoleh dibangku perkuliahan yang bertujuan untuk lebih mengembangkan ilmu yang didapat selama kuliah.
3. Bagi pembaca
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada teman-teman sebagai bahan referensi kuliah dibidang manajemen pemasaran.