

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Customer selalu dihadapkan dengan berbagai pertimbangan sebelum mengimplementasikan keputusan pembelian atas produk, utamanya *customer* nantinya memperhatikan kualitas produk-produk yang nantinya mereka beli, semakin baik kualitas produk lantas semakin sering *customer* nantinya membeli produk. Pada zaman sekarang sudah tidak asing lagi terkait produk-produk kecantikan yang hadir di pasaran, mulai dari perawatan rambut sampai perawatan kaki. Produsen kosmetik mesti menentukan dengan tepat terkait strategi pemasaran agar bisa bersaing dengan produsen kosmetik lainnya sehingga sasaran entitas bisnis bisa tercapai. Dalam penentuan strategi pemasaran, entitas bisnis mesti bisa menganalisis berbagai perilaku *customer* agar produk yang mereka tawarkan selaras dengan kebutuhan dan keinginan *customer*.

Seperti Teori Howard-Sheth yang mengutarakan kecenderungan *customer* nantinya membeli merek yang paling mereka sukai dan menawarkan kualitas produk yang mampu menyumbangkan kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan *customer*. Adapun faktor yang memimbasi keputusan pembelian yakni merek dan kualitas produk. Minat *customer* guna membeli produk bisa diimbasi oleh kualitas produk berlandaskan pendapat dari Feingenbaum dalam Marwanto (2015: 153) kualitas produk yakni seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran,

rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang menyusun produk yang diaplikasikan memenuhi harapan pelanggan. Serta adanya merek dalam produk juga menjadi salah satu alasan *customer* dalam menentukan pembelian produk dan memutuskan yang ditaksir paling baik. Argumen Kotler dan Keller (2009: 188) *customer* melalui tahapan evaluasi, membentuk preferensi di antara merek-merek serta opsi dan juga bisa membentuk niat guna membeli merek yang paling disukai.

Pesatnya pertumbuhan produk komestik di Indonesia berimbas pada banyaknya opsi yang ditawarkan terlebih lagi pada opsi *hand and body lotion* yang ditawarkan. Dengan suhu udara yang cenderung panas, mengakibatkan masyarakat mengalami kulit yang berproblematika akibat terpapar sinar matahari langsung. Banyaknya produk *hand and body lotion* yang beredar di pasaran menyusun produsen bersaing ketat guna menciptakan produk yang selaras dengan keinginan dan kebutuhan *customer*. Ragam merek kosmetik di pasaran menyumbangkan banyak opsi kepada *customer*. Adapun seperti pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Top Brand Index Kategori *Hand and Body Lotion*

Produk	2019	2020	2021	2022	Kategori
Citra	38,3 %	31,5 %	29,1 %	29,6 %	TOP
Marina	19,7 %	22,4 %	16,2 %	16,5 %	TOP
Vaseline	17,8 %	11,8 %	14,8 %	13,6 %	TOP
Nivea	6,2 %	5,4 %	8,8 %	8,9 %	
Viva	2,6 %	1,8 %	-	-	

Sumber: Top Brand Award,
<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Dari statistik di atas menyumbangkan dampak penggunaan produk *hand and body lotion* Citra banyak diminati dan memiliki penjualan yang tinggi pada tahun 2019 yakni 38,3 %. Pada posisi kedua ada Marina yang penjualannya mengalami

kenaikan pada tahun 2020 yakni 22,4 %, Marina turun pada tahun 2021 yakni 16,2 % dan tahun 2022 yakni 16,5 %. Pada posisi ketiga ada Vaseline *hand and body lotion* dengan penjualan tertingginya pada tahun 2019 dan mengalami penurunan di tahun 2020 yakni 11,8 %. Merek Citra, Marina dan Vaseline yakni *top brand hand and body lotion* berlandaskan dari sumber *top brand award* di tahun 2019 sampai 2022. Setelah Vaseline ada Nivea yang memiliki penjualan tinggi pada tahun 2022 yakni 8,9 % dan penurunan pada tahun 2020. Posisi terakhir yakni ada viva *hand and body lotion* yang pada tahun 2021 sampai 2022 tidak ada jumlah penjualan.

Fenomena yang ditemukan yakni pengguna *hand and body* Marina cukup banyak namun jika dikomparasikan dengan Citra, Marina masih berada dalam posisi kedua. Hal tersebut menyumbangkan pandangan masih banyak yang meragukan *hand and body* Marina imbas harganya yang terjangkau atau relatif lebih murah jika dikomparasikan dengan produk teratas yakni Citra sehingga banyak *customer* masih merasa ragu guna mencoba produk Marina. Singaraja dipilih sebagai lokasi riset imbas kota Singaraja yakni kota yang cukup padat dengan jumlah penduduknya yang mana kota Singaraja juga dipenuhi oleh penduduk luar Singaraja yang yakni mahasiswa sehingga impact observasi bisa bervariasi tidak hanya dari warga Singaraja asli saja. Pada riset ini memilih tempat riset yakni di Kecamatan Buleleng, berlandaskan observasi serta pengamatan yang diimplementasikan oleh peneliti, imbas banyaknya *customer* yang mengimplementasikan *hand and body lotion* yang menjadi kebutuhan sehari-hari *customer* guna melembutkan kulit serta menyusun kulit menjadi sejuk.

Berdasarkan observasi dan wawancara awal terhadap 30 responden di Kota Singaraja, diperoleh data terkait penggunaan *hand and body lotion* seperti pada Tabel 1.2

Tabel 1.2
Hasil Observasi Awal Penggunaan
***Hand and Body Lotion* di Kota Singaraja**

Merek Produk	Jumlah
Citra	8
Marina	7
Vaseline	8
Nivea	7
Scarlett	2
Aulia	1
Lovely	2
Nature-e	1

Sumber: Diolah oleh peneliti

Berlandaskan Tabel 1.2 bisa diketahui ada tanggapan 30 orang responden dengan status 23 responden mahasiswa, 6 responden sudah bekerja dan 1 responden belum bekerja. statistik menyumbangkan impak terkait penggunaan *hand and body lotion*, ada 29 responden memilih penggunaan *hand and body lotion* sangat krusial dan 1 orang responden memilih penggunaan *hand and body lotion* tidak krusial. Impak statistik tampak penggunaan produk Citra memiliki 8 responden, Marina 7 responden, Vaseline 8 responden dan pengguna Nivea 7 responden.

Customer lebih condong membeli produk yang memberikan rasa nyaman dan aman. Tiap produk pasti memiliki keunggulan, hal tersebut juga terdapat dengan produk Marina *Hand and Body Lotion*. Marina memiliki tekstur yang ringan serta merasa dingin saat diaplikasikan. Produk Marina *Hand and Body Lotion* memiliki kisaran harga yang terjangkau pada tiap variannya, harga yang

ditawarkan oleh Marina *Hand and Body Lotion* juga lebih murah dari pesaing *hand and body lotion* ternama lainnya. Kondisi kompetisi pasar yang terus menerus guna memperkuat merek produknya agar tetap berada di pasaran dan diminati oleh customer. guna memperkenalkan produknya, Marina gencar mengimplementasikan penjualan melalui media televisi, sosial media, promosi melalui artis-artis ternama guna memperkenalkan produknya kepada *customer* luas serta penjualan produknya yang dijual di toko-toko kecil. Hal tersebut menjadi langkah awal Marina *Hand and Body Lotion* guna terus mengembangkan mereknya di lingkungan masyarakat.

Merek Marina yakni salah satu *brand hand and body lotion* yang telah ada di Indonesia yang diproduksi oleh PT. Tempo Scan Pasific Tbk. Marina mengeluarkan berbagai variasi selaras dengan kebutuhan kulit yang sudah dimiliki di Indonesia, dengan beragam jenis dan manfaatnya. Dilihat dari Top *Brand Index* Marina menduduki posisi top *brand* kedua dan produk Marina perlu menyadari kompetisi produk *hand and body lotion* semakin ketat. Semua produk terkait dengan kualitas produk sehingga *customer* bisa memiliki kesan, citra tertentu dari produk atau entitas bisnis itu sendiri. Dan semua problematika ini mengutarakan apakah hal ini bisa memengaruhi keputusan pembelian *customer*. Seperti riset yang diimplementasikan oleh Setiawan (2021) merek memiliki imbas secara parsial dan bermakna pada keputusan pembelian.

Argumen Kotler & Keller (2012), kualitas produk yakni kapasitas barang guna menyumbangkan dampak yang diinginkan atau melebihi kepada pelanggan. Marina *Hand and Body Lotion* memiliki kualitas produk yang dipertahankan diragam produk yang dikeluarkannya, mulai dari kualitas botol, berbagai varian

keharuman serta kualitas *lotion* saat diaplikasikan di tubuh. Produk yang memiliki kualitasnya nantinya menjadi incaran oleh para *customer* guna memenuhi kebutuhannya. Riset yang diimplementasikan oleh Satria, dkk (2021) mengutarakan kualitas produk memiliki imbas positif dan bermakna pada keputusan pembelian lantas riset yang diimplementasikan oleh Farisa dan Susanti (2020) mengutarakan kualitas produk tidak memiliki imbas bermakna pada keputusan pembelian.

Kompetisi yakni ketika organisasi atau perorangan berlomba guna mencapai sasaran yang diinginkan seperti customer, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan (Kuncoro, 2005). Kompetisi yang semakin ketat saat ini memaksa entitas bisnis berlomba-lomba guna merebut pangsa pasar yang ada dan nantinya mengerahkan tenaga yang dimilikinya guna menampilkan produk unggulannya dikomparasikan dengan produk dari entitas bisnis lainnya. Kualitas produk yakni kapasitas barang guna menyumbangkan dampak yang selaras atau lebih dari ekspektasi pelanggan (Kotler dan Keller, 2012: 164).

Meskipun menjadi top *brand* kedua dan harga yang terjangkau serta mudah didapatkan, Marina belum menjadi opsi pertama jika *customer* ingin memerlukan pembelian *hand and body lotion*. Berlandaskan latar belakang problematika riset, disusun riset oleh periset dengan judul **“Pengaruh Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marina *Hand and Body Lotion* Di Kecamatan Buleleng”**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian diatas problematika yang diidentifikasi dalam riset ini adalah:

- (1) Posisi kedua Marina *Hand and Body Lotion* pada *Top Brand Index*.
- (2) Adanya persaingan pasar yang ketat pada produk kecantikan kategori *hand and body lotion*.
- (3) Adanya kesenjangan penelitian terdahulu mengenai variabel merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi problematika diatas, maka peneliti membatasi permasalahan sebagai berikut.

- (1) Variabel riset terdiri dari tiga variabel, yaitu merek dan kualitas produk sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.
- (2) Riset ini diimplementasikan di Kecamatan Buleleng.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berlandaskan problematika lintas masalah yang nantinya diteliti yakni:

- (1) Apakah merek dan kualitas produk berpengaruh pada keputusan pembelian Marina *Hand and Body Lotion* di Kecamatan Buleleng?
- (2) Apakah merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian Marina *Hand and Body Lotion* di Kecamatan Buleleng?
- (3) Apakah kualitas produk dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian Marina *Hand and Body Lotion* di Kecamatan Buleleng?

1.5 Tujuan Penelitian

Sasaran dari riset ini selaras dengan permasalahan yang dirumuskan yakni:

- (1) Pengaruh merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Marina *Hand and Body Lotion* di Kecamatan Buleleng.

- (2) Merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian Marina *Hand and Body Lotion* di Kecamatan Buleleng.
- (3) Kualitas produk terhadap keputusan pembelian Marina *Hand and Body Lotion* di Kecamatan Buleleng.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun impak dari riset ini diharapkan bisa menyumbangkan manfaat yakni:

(1) Manfaat Teoritis

Riset ini diaharapkan bisa dijadikan sebagai tambahan sumber pengetahuan secara teoritis yang turut berkontribusi. Selain itu riset ini juga diekspektasikan menyumbangkan kontribusi dalam pengembangan keilmuan manajemen.

(2) Manfaat Praktis

Diekspektasikan bisa membantu institusi yakni sebagai keterangan bagaimana diterapkannya keputusan pembelian, imbas merek dan kualitas produk. Lewat riset ini diekspektasikan penulis nantinya peroleh keterangan yang sifatnya nyata terkait ilmu pemasaran dan juga peroleh wawasan ilmu yang lebih luas.