

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Kesehatan adalah hal terpenting yang diinginkan semua orang di seluruh dunia. Kesehatan adalah prioritas bagi seluruh umat manusia, tidak hanya di kalangan orang dewasa, karena ia lahir dan membuka mata untuk pertama kalinya di dunia sampai kakek-nenek. Di era globalisasi saat ini, perkembangan bidang kesehatan sangat pesat, dan pada saat yang sama teknologi maju dan serbaguna berkembang dari waktu ke waktu, bagian pendukung kesehatan terpenting dari dunia perawatan kesehatan adalah obat-obatan.

Pengobatan juga mengalami perkembangan pesat, dari awal sejarah pengobatan menggunakan tumbuhan sederhana hingga penggunaan hewan dan bahan alami saat ini. Perkembangan industri farmasi mulai berkembang seiring dengan waktu dan kebutuhan obat itu sendiri. Diharapkan obat dapat menunjang kesehatan untuk mencegah penyakit atau mengobati penyakit yang sudah ada, akan tetapi obat yang bahan kimianya dapat menimbulkan efek samping, sehingga industri farmasi mengembangkan produksinya untuk mencari obat organik dengan bahan alami tanpa efek samping yang sering disebut. obat-obatan herbal. Perusahaan pun berlomba-lomba mencari produk herbal yang menunjang kesehatan. Salah satu olahan herbal yang banyak ditemukan para pengusaha adalah Minyak Kutus-kutus.<sup>1</sup>

Minyak kutus-kutus merupakan salah satu obat herbal yang diolah secara tradisional oleh para pengusaha, yang terbuat dari campuran tanaman herbal sehingga diperoleh minyak herbal alami bebas bahan kimia. Hal ini dilakukan oleh para pengusaha agar diperoleh sediaan herbal dengan khasiat yang baik dan mudah diserap oleh tubuh, sehingga dapat menjadi obat yang bermutu dan mampu bersaing di pasaran. Persaingan merek di pasar merupakan hal yang mengkhawatirkan, banyaknya persaingan di pasar menimbulkan hambatan bagi para pengusaha.

Berdasarkan persaingan yang ada terdapat produk Minyak yang sama-sama diproduksi dari bahan alami tetapi dari merek yang berbeda, seperti Minyak Pak Oles Tocker. Munculnya berbagai produk baru dan penyempurnaan produk lama mendorong produsen untuk semakin memenuhi keinginan dan selera konsumen agar konsumen tetap puas dan tidak beralih ke produk lain, sehingga perusahaan harus meningkatkan strategi pemasaran untuk mencapai kepuasan konsumen. Berdasarkan riset pendahuluan, data penjualan produk Minyak Kutus-Kutus Cabang Singaraja tersedia untuk Januari-Maret 2022 seperti Tabel 1.1 yang di bawah ini:

Tabel 1.1  
Penjualan Produk Minyak Kutus-Kutus Cabang Singaraja

Tahun	Bulan	Penjualan (Rp)
2022	Januari	43.020.000,-
	Februari	46.890.000,-
	Maret	47.580.000,-

Sumber: Minyak Kutus-Kutus Cabang Singaraja  
(Jl. Pramuka No.11A, Kp. Kajianan, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng)

Dapat dicermati bahwa pada Tabel 1.1 diperlihatkan untuk pemasaran produk Minyak Kutus-kutus Cabang Singaraja mengalami peningkatan setiap bulannya. Dari bulan Januari sampai Februari terjadi peningkatan penjualan Minyak Kutus- Kutus Cabang Singaraja sebesar 0,09% dan pada bulan Februari sampai Maret kembali meningkat sebesar 0,014%, peningkatan ini dikarenakan adanya peningkatan loyalitas merek Minyak Kutus-kutus. Salah satu yang dianggap paling penting dalam merebut pasar adalah menarik perhatian konsumen terhadap produk yang dijual. Untuk menarik perhatian konsumen tidak hanya berdasarkan kualitas produk atau harga yang bersaing, konsumen juga membutuhkan ekuitas merek serta selera konsumen yang tepat sesuai dengan permintaan konsumen.

Pemasaran adalah proses sosial ekonomi yang didasarkan pada pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok dengan menciptakan pertukaran sehingga memberikan kepuasan individu atau kelompok yang maksimal. Fadilah (2017) menyatakan bahwa loyalitas merek merupakan ukuran loyalitas, kedekatan keterikatan konsumen terhadap suatu merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran apakah konsumen beralih ke merek produk lain atau tidak. Loyalitas juga didefinisikan sebagai sikap pelanggan yang membeli dan menggunakan barang dan jasa secara berulang dan secara eksklusif dan sukarela merekomendasikannya kepada pihak lain. Menurut Alfionita, dkk (2018) menyatakan bahwa loyalitas merek dapat dilihat setelah konsumen melakukan pembelian. Konsumen yang puas membeli kembali produk tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain. Loyalitas merek yang dibangun oleh perusahaan Minyak Kutus-kutus memberikan dampak positif bagi merek tersebut.

Menurut Kotler (2019) menyatakan bahwa ekuitas merek adalah nilai tambah yang diberikan pada produk dan layanan. Nilai ini tercermin dalam cara konsumen berpikir, merasakan, dan bertindak terhadap merek, harga, pangsa pasar, dan profitabilitas perusahaan. Loyalitas merek dan ekuitas merek mempengaruhi keberhasilan pemasaran, hal ini sesuai dengan penelitian yang menunjukkan bahwa loyalitas merek memiliki hubungan yang signifikan dengan kepemilikan merek. Selain pentingnya ekuitas merek agar barang yang dihasilkan mudah terjual oleh konsumen, kepuasan konsumen juga sangat penting guna menjaga loyalitas merek.

Selain pentingnya ekuitas merek agar barang yang dihasilkan mudah terjual oleh konsumen, kepuasan konsumen juga sangat penting dalam menjaga loyalitas merek. Kepuasan konsumen adalah keadaan yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka merasa bahwa kebutuhan dan keinginan mereka terpenuhi seperti yang diharapkan dan baik (Sunarti, 2017). Kepuasan juga didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan keefektifan (atau hasil) yang dirasakan dari suatu produk dengan harapan konsumen akan suatu tindakan.

Penelitian tentang ekuitas merek, kepuasan pelanggan, dan loyalitas merek telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Adapun riset yang dilaksanakan oleh Mardikawati (2018), menunjukkan bahwa ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek melalui kepuasan pelanggan, namun riset yang dilaksanakan oleh Raharjo (2017), menunjukkan bahwa variabel loyalitas merek dengan kepuasan pelanggan berpengaruh negatif dan tidak signifikan.

Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayu (2020) menunjukkan bahwa variabel nilai merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek melalui kepuasan konsumen. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Abraham (2018) menunjukkan bahwa variabel ekuitas merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas merek melalui kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa ekuitas merek dan kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas merek. Akan tetapi penelitian-penelitian terdahulu mengenai variabel di atas masih terdapat berbagai perbedaan pendapat atau masalah.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat indikasi korelasi mengenai ekuitas merek dan kepuasan konsumen berkaitan dengan loyalitas merek. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang. **“Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek Minyak Kutus-Kutus Cabang Singaraja”**. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.

## **1.2. Identifikasi Masalah Penelitian**

Adapun melalui latar belakang yang dijelaskan, sehingga bisa diidentifikasi kendala maupun problema yang terjadi yakni sebagai berikut.

1. Pembelian minyak kutus-kutus meningkat pada Januari-Maret 2022.
2. Fenomena kompetisi perniagaan produk sejenis sehingga ekuitas merek terbaik perlu ditingkatkan untuk menumbuhkan kepuasan konsumen dan loyalitas merek.
3. Kepuasan konsumen juga mempengaruhi keputusan konsumen itu sendiri saat melakukan keputusan pembelian produk.

### **1.3. Pembatasan Masalah Penelitian**

Pembatasan masalah ini lebih menitikberatkan pada masalah yang diteliti, sehingga sebaiknya masalah dibatasi hanya membahas ekuitas merek, kepuasan konsumen dan loyalitas merek.

### **1.4. Rumusan Masalah Penelitian**

Melalui pemaparan latar belakang yang telah dikaji, dapat disusun rumusan masalah mengenai penelitian ini yakni:

1. Apakah ekuitas merek berpengaruh terhadap loyalitas merek Minyak Kutus-kutus Cabang Singaraja?
2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas merek Minyak Kutus-kutus Cabang Singaraja?
3. Apakah ekuitas merek dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas merek Minyak Kutus-kutus Cabang Singaraja?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan kajian latar belakang dan rumusan masalah penelitian dapat dikaji tujuan dari penelitian yakni:

1. Menguji pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas merek Minyak Kutus-kutus Cabang Singaraja.
2. Menguji pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek Minyak Kutus-kutus Cabang Singaraja.
3. Menguji pengaruh ekuitas merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek Minyak Kutus-kutus Cabang Singaraja.

## 1.6. Manfaat Penelitian Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dilaksanakan yakni dipaparkan sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Riset ini diharapkan mampu mengembangkan keterampilan di bidang manajemen pemasaran. Kajian riset ini juga dapat dijadikan acuan pada penelitian selanjutnya terkait pengaruh ekuitas merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek.

### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan Toko Minyak Kutus-kutus menggunakan hasil penelitian ini sebagai tambahan informasi dan pertimbangan untuk menentukan nilai merek, kepuasan konsumen dan kebijakan loyalitas merek.

