

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Kesehatan merupakan hal terpenting yang ingin di miliki semua orang di seluruh penjuru dunia. Tak hanya di kalangan orang dewasa, dari saat di lahirkan dan pertama kali membuka mata di dunia, sampai menjadi kakek, nenek kesehatan merupakan suatu hal yang di utamakan bagi seluruh umat manusia. Di era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan industri kesehatan sangat pesat dengan di imbangi perkembangan teknologi yang canggih dan beragam seiring berjalannya waktu. Dalam dunia kesehatan bagian terpenting untuk menunjang kesehatan adalah obat-obatan.

Obat-obatan pun mengalami perkembangan yang pesat, dari awal sejarah obat-obatan di mana yang hanya memanfaatkan tanaman secara sederhana hingga menggunakan zat hewani dan bahan alami di masa sekarang ini. Dalam perkembangan industri obat-obatan pun mulai berkembang sesuai dengan perkembangan jaman dan kebutuhan akan obat itu sendiri. Obat-obatan di harapkan dapat menunjang kesehatan agar terhindar dari penyakit atau untuk mengobati penyakit yang di derita. Namun obat-obatan dengan bahan kimia di khawatirkan dapat menimbulkan efek samping sehingga industri obat obatan mengembangkan produksinya agar menemukan obat organik dengan bahan alami tanpa efek samping yang sering disebut obat herbal. Perusahaan-perusahaan pun berlomba-lomba agar dapat menemukan obat herbal yang dapat menunjang kesehatan. Salah satu obat herbal yang berhasil di temukan oleh pengusaha minyak kutus-kutus.

Minyak kutus-kutus merupakan salah satu obat herbal yang di olah secara tradisional oleh pengusaha dan di buat dari campuran tanaman herbal yang kemudian menghasilkan minyak herbal alami tanpa kandungan bahan kimia. Hal ini di lakukan oleh pengusaha agar mendapatkan obat herbal yang memiliki kasiat yang bagus dan mudah di resap oleh tubuh agar bisa menjadi obat herbal yang berkualitas dan mampu bersaing di pasar. Persaingan merek di pasar menjadi hal yang di perhatikan, Hal inilah yang dimanfaatkan produsen baru untuk menyaingi produsen lama untuk mengambil pangsa pasar.

Berdasarkan persaingan yang ada terdapat produk minyak yang sama-sama diproduksi dari bahan alami tetapi dari merek yang berbeda, seperti Minyak Pak Oles Tokcer. Dengan munculnya berbagai produk baru maupun penyempurnaan produk lama para produsen semakin terpacu untuk memenuhi keinginan dan selera konsumennya agar tetap mendapat kepercayaan dari konsumennya untuk tidak beralih ke produk lain, sehingga perusahaan harus meningkatkan strategi pemasaran untuk mendapatkan ekuitas merek dari konsumen. Dimana ekuitas merek dan kepuasan konsumen merupakan kunci utama dalam rangka meningkatkan loyalitas merek. Berdasarkan penelitian awal dapat diperoleh data penjualan produk Minyak Kutus-Kutus Cabang Dangin Puri Denpasar Utara dari bulan Januari sampai dengan bulan April 2021 seperti disajikan pada Tabel 1.1

Tabel 1.1
Penjualan Produk Minyak Kutus-Kutus Cabang Dangin Puri Denpasar Utara

Tahun	Bulan	Total Penjualan
2021	Januari	56,804
	Februari	49,508
	Maret	55,906
	April	42,001

Sumber: Minyak Kutus-Kutus Cabang Dangin Puri Denpasar Utara

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa penjualan pada Minyak Kutus-Kutus Cabang Dangin Puri Denpasar Utara dari bulan ke bulan mengalami fluktuasi dimana bisa dilihat dari persentase penjualan pada bulan Februari - 0,128%, pada bulan Maret mengalami kenaikan penjualan sebesar 0,129%, namun pada bulan April kembali lagi mengalami penurunan penjualan sebesar -0,248%. Penjualan produk yang fluktuatif menunjukkan bahwa pesaing mampu mengungguli produk Minyak Kutus-Kutus Cabang Dangin Puri Denpasar Utara, karena ketika konsumen percaya dan merasa puas dengan produk yang mereka beli maka akan loyal terhadap suatu produk tersebut.

Salah satu yang di anggap paling penting dalam merebut pasar yang menarik perhatian konsumen terhadap produk yang di jual. Dalam hal ini ekuitas merek dan selera konsumen yang dapat merupakan alatnya. Untuk menarik konsumen tidak cukup hanya dengan mengandalkan produk yang berkualitas tinggi saja atau dengan harga yang bersaing, namun konsumen juga membutuhkan ekuitas merek dan juga selera konsumen yang tepat sesuai dengan permintaan konsumen. Sejalan dengan tujuan pengusaha pada umumnya yaitu untuk memperoleh laba, mempertahankan kelangsungan usaha serta berusaha untuk selalu berkembang. Dalam memenuhi tujuan tersebut proses yang sangat penting bagi pengusaha adalah proses pemasaran.

Pemasaran adalah sebuah proses sosial ekonomi yang bertumpu pada pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok dengan menciptakan pertukaran sehingga memberikan kepuasan individu atau kelompok yang maksimal Sahla (2019). Salah satu istilah penting dalam pemasaran adalah Loyalitas. Fhadilah (2015) menyatakan loyalitas merek merupakan ukuran kesetiaan, kedekatan atau keterkaitan konsumen pada sebuah merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya konsumen beralih ke merek produk yang lain.

Loyalitas juga di artikan sebagai sikap pelanggan yang membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan eksklusif dan dengan sukarela merekomendasikannya kepada pihak lain (Shanaz, 2016: 337). Alfionita, dkk (2016) menyatakan loyalitas merek dapat bercermin setelah konsumen melakukan pembelian. Konsumen yang merasa puas akan membeli ulang produk tersebut bahkan merekomendasikan kepada orang lain. Efek dari loyalitas merek yang di bangun oleh perusahaan minyak kutus-kutus telah memberikan dampak positif terhadap loyalitas merek itu sendiri. Hal lain yang juga mempengaruhi pemasaran adalah Ekuitas merek.

Kothler (dalam Wasundari dan Suasana 2019) menyatakan Ekuitas merek adalah nilai tambah yang di berikan pada produk dan jasa. Nilai ini di cerminkan dalam cara konsumen berpikir, merasa, dan bertindak terhadap merek, harga, pangsa pasar, dan profitabilitas yang di miliki perusahaan. Muzaqqi, dkk (2016) menyatakan ukuran ekuitas merek bisa di ukur dari perbedaan konsumen dalam memilih antara perbedaan produk yang bermerek dengan produk yang tidak bermerek produk-produk tersebut memiliki tingkat kemampuan produk yang hamper sama. Loyalitas merek dan ekuitas merek memiliki hubungan yang erat dalam menentukan keberhasilan pemasaran. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah di lakukan di mana kesimpulan penelitian tersebut adalah menyatakan loyalitas merek mempunyai hubungan yang signifikan dengan ekuitas merek Muzaqqi, dkk (2016)

Selain pentingnya ekuitas merek agar barang-barang yang di hasilkan mudah terjual oleh para konsumen, kepuasan konsumen juga menjadi hal yang sangat penting demi menjaga loyalitas sebuah merek. Kepuasan konsumen adalah situasi yang di tunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa

kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang di harapkan serta terpenuhi secara baik Tjiptono dalam (Sunarti, 2017). Kepuasan juga di artikan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka tindakan yang di lakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui kualitas produk, harga, dan lokasi yang di rasakan, Bailia,dkk dalam (Moha dan Loindong, 2016). Oleh karena itu, pengusaha haruslah menganalisis sebaik-baiknya masalah ekuitas merek, kepuasan konsumen demi menjaga loyalitas merek. Dalam hal ini saya memilih objek penelitian di minyak kutus-kutus cabang dangin puri denpasar utara karena datanya mendukung dan salah satu toko distributor paling lengkap, sehingga lebih mudah dalam pengambilan data.

Berdasarkan pemaparan tersebut, di duga terdapat pengaruh antara ekuitas merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek, sehingga dalam penelitian ini, tertarik untuk menguji kembali tentang **“Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Minyak Kutus-Kutus Cabang Dangin Puri Denpasar Utara”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi.

1. Pembelian minyak kutus-kutus mengalami fluktuasi pada bulan januarisampai dengan april 2021.
2. Terjadinya persaingan yang serupa, sehingga minyak kutus-kutus lebih meningkatkan ekuitas merek yang terbaik agar menambah kepuasan konsumen dan meningkatkan loyalitas merek.

3. Kepuasan konsumen turut berpengaruh terhadap keputusan dari konsumen itu sendiri dalam pengambilan keputusan untuk pembelian sebuah produk.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Agar lebih memfokuskan masalah yang akan diteliti, maka masalah-masalah tersebut harus dibatasi, yaitu sebagai berikut.

“Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Minyak Kutus-Kutus Cabang Dangin Puri Denpasar Utara ”

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ekuitas merek berpengaruh terhadap loyalitas merek minyak kutus-kutus cabang dangin puri denpasar utara?
2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas merek minyak kutus-kutus cabang dangin puri denpasar utara?
3. Apakah ekuitas merek dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas merek minyak kutus-kutus cabang dangin puri denpasar utara?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh selera konsumen terhadap keputusan pembelian minyak kutus-kutus cabang dangin puri denpasar utara.
2. Menguji pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas merek minyak kutus-kutus cabang dangin puri denpasar utara.
3. Menguji pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek minyak kutus-kutus cabang dangin puri denpasar utara.

4. Menguji pengaruh ekuitas merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek minyak kutus-kutus cabang dangin puri denpasar utara.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat berguna atau bermanfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu pengetahuan dibidang Manajemen Pemasaran. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh ekuitas merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak toko minyak kutus-kutus sebagai tambahan informasi dan pertimbangan untuk menentukan kebijakan mengenai ekuitas merek, kepuasan konsumen dan loyalitas merek.

