

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

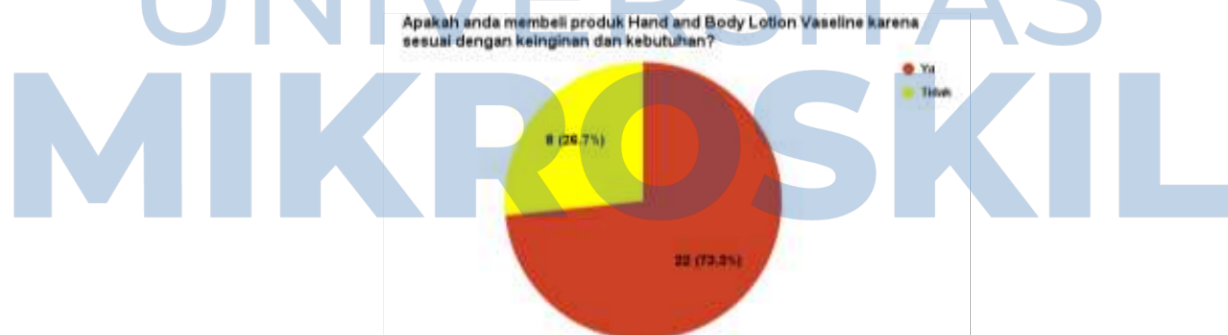
Di era berkembangnya teknologi yang semakin canggih, banyak perusahaan semakin mengarah pada persaingan ketat, khususnya untuk perusahaan sejenis dengan memasarkan produknya. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan berusaha untuk memasarkan produk yang dihasilkan dengan cara mengembangkan ide, dan inovasi-inovasi terbaru mulai dari makanan, gaya hidup, perawatan kecantikan, kesehatan dan masih banyak lagi yang dihasilkan agar lebih unggul dari produk pesaing. Salah satu perusahaan yang sangat berkembang pesat saat ini adalah perusahaan yang bergerak pada produk kecantikan dan perawatan tubuh. Pada perawatan tubuh yang ditawarkan bervariasi mulai dari *shampoo, conditioner, hair mask*, sabun mandi, sabun cair, *body scrub*, lulur mandi hingga *hand body lotion*.

Salah satu dibidang produk-produk perawatan tubuh yaitu *Hand and Body Lotion*. *Hand and Body Lotion* adalah jenis produk perawatan kulit yang dirancang untuk melembapkan dan melembutkan kulit tangan dan seluruh tubuh. *Hand and Body Lotion* terdiri dari campuran bahan-bahan yang dapat menutrisi dan melembapkan kulit seperti minyak, pelembab, vitamin dan bahan-bahan lainnya yang dapat membantu merawat dan memperbaiki kulit. Dalam pemilihan produk *hand and body lotion* sangat berpengaruh pada kesehatan, kelembapan, kehalusan dan kelembutan pada kulit.

Vaseline juga merupakan produksi dan pemasar dari PT. Unilever.Tbk yang memiliki nama besar di Indonesia dan didirikan pada tahun 1870 oleh Robert Chesebrough di Amerika yang diformulasikan untuk membantu, menjaga kelembapan dan kesehatan kulit sebagai pelembab kulit. Produk vaseline terdiri dari berbagai macam produk perawatan kulit seperti *petroleum jelly, hand and body lotion, body butter* dan *lip balm*. Produk perawatan kulit vaseline yang turut bersaing dipasar yaitu *Hand and Body Lotion Vaseline*. Vaseline selalu meluncurkan produk *lotion* dengan banyak jenis dan manfaat untuk mengatasi kulit. *Hand and Body Lotion Vaseline* memiliki 5 varian yang terdiri dari *Vaseline Intensive Care, Vaseline Healthy White, Vaseline Healthy Bright, Superfood Vaseline* dan *Body Serum Soft Glow Vaseline*.

Untuk meraih pangsa yang lebih besar *Hand and Body Lotion* Vaseline melakukan berbagai strategi untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing. Strategi yang dikembangkan perusahaan adalah menjaga konsistensi mutu, kualitas produk, produk yang bervariasi, bahan-bahan yang terbuat dari bahan alami dan harga terjangkau. Persaingan dalam menentukan berbagai macam merek *hand and body lotion* yang ada, mampu membuat vaseline untuk melakukan inovasi terhadap produk-produknya agar tetap mempertahankan keputusan pembelian.

Keputusan Pembelian adalah kunci perilaku konsumen, dimana konsumen melakukan tindakan sehubungan dengan konsumsi produk dan jasa yang dibutuhkan (Effendi, 2016). Begitu banyak masyarakat yang menginginkan *Hand and Body Lotion* yang memiliki peran ganda, seperti menawarkan perlindungan dari sinar UV dan kelembapan yang tahan lama. *Hand and Body Lotion* Vaseline memiliki formula yang dapat membantu dan melembapkan kulit dan menjaga kelembapan yang diperlukan untuk mempertahankan kesehatan dan kekencangan kulit. Namun, sebelum memutuskan untuk membeli produk *Hand and Body Lotion* Vaseline pastikan untuk mempertimbangkan kebutuhan kulit. Adapun hasil prasurvei kepada 30 Konsumen Medan Tuntungan untuk menggambarkan Keputusan Pembelian pada produk *Hand and Body Lotion* Vaseline dilakukan penyebaran kuesioner awal yang dapat dilihat pada Gambar 1.1.



**Gambar 1.1 Hasil Prasurvei Mengenai Keputusan Pembelian Terhadap Produk *Hand and Body Lotion* Vaseline**

Berdasarkan hasil prasurvei yang peneliti lakukan dapat dilihat dari 30 responden mendapatkan hasil bahwa 73,3% dari 30 responden yaitu 22 orang memilih ya artinya bahwa responden ingin membeli produk *Hand and Body Lotion* Vaseline karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Sedangkan 26,7% dari 30 responden

yaitu 8 orang memilih tidak artinya bahwa responden tidak ingin membeli produk *Hand and Body Lotion* Vaseline karena tidak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi.

Citra Merek adalah persepsi atau pendapat konsumen yang muncul ketika mengingat sebuah produk tertentu (Rahman, 2013). Suatu merek bukan hanya nama atau sekedar pembeda antar satu produk dengan produk yang lain tetapi merek tersebut dapat membawa persepsi tertentu kepada Konsumen di Medan Tuntungan yang akan membeli *Hand and Body Lotion* Vaseline. Melalui Citra Merek yang baik, perasaan positif akan keluar saat membeli atau menggunakan merek tertentu sehingga citra merek juga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang atau melakukan perpindahan merek dari merek satu ke merek yang lain.

Salah satu survei merek di Indonesia yang dijadikan sebagai indikator kinerja sebuah merek di Indonesia adalah *Top Brand Award*. Survei *Top Brand* juga melakukan survei pada *Hand and Body Lotion* seperti yang terlihat dalam tabel berikut ini:

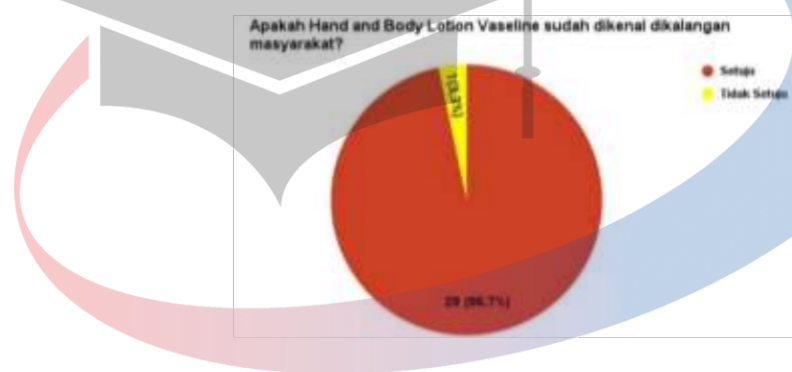
**Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI) Hand And Body Lotion 2019-2022**

Nama Brand	2019	2020	2021	2022
Citra	38.30%	31.50%	29.10%	29.60%
Marina	17.80%	22.40%	16.20%	13.60%
Vaseline	19.70%	11.80%	14.80%	16.50%
Nivea	6.20%	5.40%	8.80%	8.90%
BodyShop	0	0	5.60%	3.70%

(Sumber : ([Komparasi Brand \(topbrand-award.com\)](http://topbrand-award.com))).

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa dari tahun 2019 – 2022 pada fase 1 dalam pasar penjualan *hand and body lotion* dikuasai oleh merek Citra. *Hand and body lotion* merek Citra dan Marina yang berada pada posisi pertama dan kedua, secara tidak langsung membuktikan bahwa merek tersebut dianggap dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. *Top Brand Image* (TBI) juga menunjukkan bahwa *Hand and Body Lotion* Vaseline selalu berada pada urutan top ketiga setiap tahunnya dengan memiliki ketidakseimbangan persentase. Pada urutan top ketiga, persentase yang ditunjukkan dari penjualan Vaseline dari pada tahun 2019 Vaseline mendapatkan sebesar 19,70%, pada tahun 2020 Vaseline mendapatkan sebesar

11,80% , pada tahun 2021 Vaseline mendapatkan sebesar 14,80% dan pada tahun 2022 Vaseline mendapatkan sebesar 16,50% dengan begitu Vaseline masih tetap bertahan meraih predikat TOP meskipun berada pada posisi ketiga dalam *Top Brand Image* (TBI). *Hand and Body Lotion* Vaseline dipercaya dapat merawat kulit wanita. Produk ini hadir dalam berbagai macam varian dalam rangkaian perawatan. Berbagai penawaran setiap produk jika dilihat dari *brand award*, membuat produk ini menjadi salah satu unggulan *hand and body lotion* dibandingkan dengan *brand* lain. Adapun hasil prasurvei kepada 30 Konsumen Medan Tuntungan untuk menggambarkan Citra Merek pada produk *Hand and Body Lotion* Vaseline dilakukan penyebaran kuesioner awal yang dapat dilihat pada Gambar 1.2.

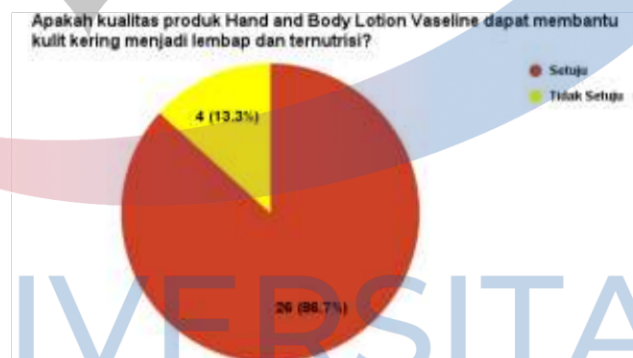


**Gambar 1.2 Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Citra Merek Produk *Hand and Body Lotion* Vaseline**

Berdasarkan hasil prasurvei yang peneliti lakukan dapat dilihat dari 30 responden mendapatkan hasil bahwa 96,7% dari 30 responden yaitu 29 orang memilih ya artinya bahwa responden mengenal produk *Hand and Body Lotion* Vaseline. Sedangkan 3,3% dari 30 responden yaitu 1 orang memilih tidak artinya bahwa responden tidak mengenal produk *Hand and Body Lotion*. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Valensia & Vivi, 2022). Sedangkan penelitian lainnya menyatakan bahwa variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Salam & Abdiyanti, 2022).

Kualitas Produk adalah sebuah unsur dari produk yang dapat mengukur nilai-nilai dari suatu produk yang berada di bawah standar, di atas standar, atau sesuai standar, konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa

produk yang mereka gunakan berkualitas (Astuti & Matondang, 2020). Kualitas produk yang baik juga dapat mempengaruhi reputasi suatu citra merek dan memberikan kepercayaan kepada konsumen untuk membeli produk merek tersebut kembali di masa depan. *Hand and Body Lotion* Vaseline memproduksi berbagai macam varian untuk memberikan manfaat tambahan seperti mencerahkan kulit, memperbaiki kulit yang rusak, membantu melembapkan kulit dengan memberikan sensasi dingin pada kulit. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen maka diperlukan standarisasi kualitas. Perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produknya melalui unsur kualitas produk, yang selanjutnya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam keputusan pembelian. Adapun hasil prasurvei kepada 30 Konsumen Medan Tuntungan untuk menggambarkan Kualitas Produk pada produk *Hand and Body Lotion Vaseline* dilakukan penyebaran kuesioner awal yang dapat dilihat pada Gambar 1.3.

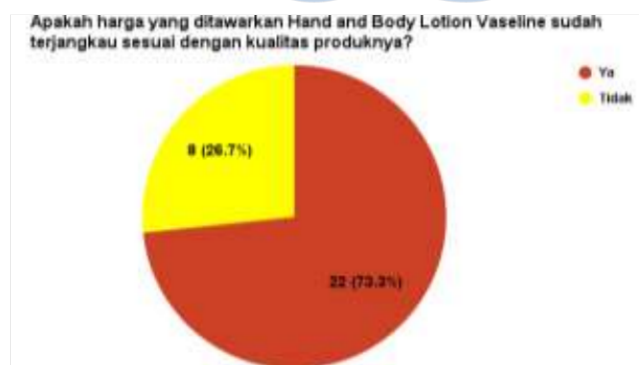


**Gambar 1.3 Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Kualitas Produk *Hand and Body Lotion Vaseline***

Berdasarkan hasil prasurvei yang peneliti lakukan dapat dilihat dari 30 responden mendapatkan hasil bahwa 86,7% dari 30 responden yaitu 26 orang memilih ya artinya bahwa kualitas produk *Hand and Body Lotion Vaseline* cepat diserap kulit ketika diaplikasikan, tidak lengket, memberikan kenyamanan selama beraktivitas dan membantu kulit kering menjadi lembap serta ternutrisi. Sedangkan 13,3% dari 30 responden yaitu 4 orang memilih tidak artinya bahwa kualitas produk *Hand and Body Lotion Vaseline* butuh waktu yang cukup lama hingga menyerap sempurna, tidak dapat bekerja dengan baik pada kulit, tidak puas terhadap hasil yang diberikan oleh produk yaitu membantu kulit kering menjadi lembap dan ternutrisi. Berdasarkan hasil

penelitian terdahulu bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Selvia et al., 2022). Sedangkan penelitian lainnya menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Rachma et al., 2018).

Harga merupakan salah satu penentu faktor keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang atau jasa (Arianty et al., 2015). Harga adalah suatu elemen yang penting didalam proses pertukaran produk untuk mendapatkan produk yang dibelinya guna memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Harga dapat membedakan produk dari pesaing dan mempengaruhi percepatan pelanggan tentang kualitas dan nilai suatu produk. Harga menjadi penentu seseorang dalam membeli suatu produk dalam melakukan keputusan yang diinginkan. Harga produk *Hand and Body Lotion Vaseline* bervariasi dimulai dari harga Rp 25.000 hingga Rp 75.000 tergantung dari varian berdasarkan jenis kulit dan ukuran kemasannya. Beberapa masyarakat mungkin merasa bahwa harga produk ini terjangkau dan layak untuk kualitas dan manfaat yang ditawarkan. Sementara masyarakat lain mungkin merasa bahwa harga produk terlalu tinggi dibandingkan dengan produk lain yang tersedia di pasar dapat membuat konsumen berpikir dua kali sebelum membeli produk dan harga yang terlalu rendah dapat dianggap sebagai tanda bahwa produk tidak berkualitas dan kurang efektif. Adapun hasil prasurvei kepada 30 Konsumen Medan Tuntungan untuk menggambarkan Harga pada produk *Hand and Body Lotion Vaseline* dilakukan penyebaran kuesioner awal yang dapat dilihat pada Gambar 1.4



**Gambar 1.4 Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Harga *Hand and Body Lotion Vaseline***

Berdasarkan hasil prasarvei yang peneliti lakukan dapat dilihat dari 30 responden mendapatkan hasil bahwa 73,3% dari 30 responden yaitu 22 orang memilih ya artinya bahwa harga produk yang ditawarkan *Hand and Body Lotion* terjangkau sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Sedangkan 26,7% dari 30 responden yaitu 8 orang memilih tidak artinya bahwa harga yang ditawarkan *Hand and Body Lotion* Vaseline cukup mahal dan tidak memberikan nilai yang cukup dibandingkan dengan merek yang lain dengan harga yang lebih terjangkau. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Anam et al., 2021). Sedangkan penelitian lainnya menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Pratiwi et al., 2020).

Selain Citra merek, kualitas produk, harga, faktor promosi juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen untuk mengambil keputusan dalam suatu pembelian. Promosi merupakan aktivitas pemasaran memperkenalkan atau menginfokan barang supaya konsumen tertarik untuk melakukan pembelian (Sitorus & Novelia, 2017). Banyak cara yang dapat digunakan oleh vaseline untuk mempromosikan produk *hand and body lotion* ini termasuk iklan televisi, *influencer marketing*, kontes atau hadiah, *event* atau *roadshow*, dan promosi *online*.

Adapun hasil prasarvei kepada 30 Konsumen Medan Tuntungan untuk menggambarkan Harga pada produk *Hand and Body Lotion* Vaseline dilakukan penyebaran kuesioner awal yang dapat dilihat pada Gambar 1.5.



**Gambar 1.5 Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Promosi *Hand and Body Lotion* Vaseline**

Berdasarkan hasil prasurvei yang peneliti lakukan dapat dilihat dari 30 responden mendapatkan hasil bahwa 66,7% dari 30 responden yaitu 20 orang memilih ya artinya bahwa responden tertarik dengan iklan produk *Hand and Body Lotion* Vaseline yang ditayangkan di televisi dan media sosial dengan menampilkan model wanita muda yang memiliki kulit cerah, mulus dan bercahaya. Sedangkan 33,3% dari 30 responden yaitu 10 orang memilih tidak artinya bahwa responden tidak tertarik dengan iklan produk *Hand and Body Lotion* Vaseline yang ditayangkan di televisi maupun media sosial. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Adelia et al., 2020). Sedangkan penelitian lainnya menyatakan bahwa variabel Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Khotimah & Nurtantiono, 2021). Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Hand And Body Lotion* Vaseline” (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Vaseline Di Medan Tuntungan).**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Hand and Body Lotion* Vaseline?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Vaseline?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Vaseline?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Vaseline?
5. Apakah citra merek, kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Hand and Body Lotion* Vaseline?



### 1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian
2. Variabel Bebas : Citra Merek ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ), dan Promosi ( $X_4$ )
3. Subjek Penelitian : *Hand and Body Lotion* Vaseline
4. Objek Penelitian : Konsumen Produk Vaseline di Medan Tuntungan
5. Periode Pengamatan : September 2022 – Juli 2023

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk *Hand and Body Lotion* Vaseline.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk *Hand and Body Lotion* Vaseline.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk *Hand and Body Lotion* Vaseline.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada produk *Hand and Body Lotion* Vaseline.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada produk *Hand and Body Lotion* Vaseline.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, menambah wawasan, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam hal pengembangan dibidang penelitian khususnya yang terkait dengan pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

## 2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan dalam dunia praktis sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan citra merek, kualitas produk, harga dan promosi bagi perusahaan dengan harapan dapat membawa perusahaan ke arah yang lebih baik lagi.

### 1.6 Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap keputusan pembelian *Hand and Body lotion* Vaseline” pada Mahasiswa Universitas Samudra (Indah et al., 2020). Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen citra merek, kualitas produk dan harga sedangkan penelitian ini menggunakan variabel independen citra merek, kualitas produk, harga dengan menambahkan promosi. Karena promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang aktivitas pemasarannya berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Alma, 2019) .
2. Objek penelitian sebelumnya dilakukan pada mahasiswa Universitas Samudra sedangkan objek penelitian ini dilakukan pada Konsumen Produk Vaseline di Medan Tuntungan.
3. Periode penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2020 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 - 2023.