

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Kebutuhan akan kulit cantik serta sehat merupakan salah satu alasan kebutuhan kaum hawa saat ini. Kulit yang sehat akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi akan setiap manusia. Kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) merupakan cara konsumen untuk menentukan produk apa yang mereka inginkan dan apa yang mereka butuhkan.

Persaingan bisnis antar pasar industri perawatan tubuh bagi para kaum hawa saat ini semakin kompetitif. Hal ini terbukti dengan banyaknya produk-produk perawatan tubuh yang dijual di pasaran. Produk perawatan tubuh ini meliputi perawatan dari rambut hingga kaki. Perawatan yang ditawarkan pun bervariasi mulai dari *shampoo*, *conditioner*, lulur mandi, sabun mandi hingga *hand and body lotion*. Dari lulur tubuh, lalu ada sabun kecantikan khusus untuk tubuh, serum tubuh, *body cream*, *body butter*, *body milk*, *body oil*, hingga, *hand and body lotion*, dengan banyak varian dan manfaat. Hal ini menjadi salah satu andalan perusahaan di bidang kosmetik dan kecantikan dengan inovasi produk yang berbagai macam.

Peluang yang dirasakan sangat potensial dan menarik sehingga meningkatnya produk jenis *Hand Body Lotion* saat ini membuat banyaknya perusahaan kosmetik untuk menawarkan dan memanfaatkan peluang dalam menjaga produk serta memberikan beragam variasi aroma yang memikat. Selain itu, untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan diminati oleh konsumen, para pesaing harus memberikan perbedaan tersendiri agar mampu bersaing dengan pesaing sejenisnya secara kreatif, inovasi dan agresif dalam menciptakan produknya agar memiliki keunikan dan kelebihan yang dapat ditonjolkan kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi keputusan beli konsumen.

Dalam hal ini objek yang diambil peneliti adalah di Kota Ternate yang dimana mempunyai iklim tropis (panas) yang mengakibatkan sinar matahari dapat mengganggu kesehatan akan kulit sehingga kulit menjadi kusam. Sangat menguntungkan bagi sebagian produsen dalam memproduksi *Hand Body Lotion* yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kulit sehat para wanita.

Hand body lotion umumnya memiliki berbagai variasi, dimulai dari tekstur, aroma hingga formula untuk berbagai macam problem kulit. *Hand body lotion* dapat menjadi salah satu tahap awal bagi yang ingin memulai menjaga kulit tubuh. Selain mempertahankan tingkat kelembapan tubuh, *hand body lotion* juga memiliki peran penting dalam menjaga kulit. *Lotion* merupakan cairan kental yang di gunakan pada permukaan kulit untuk melembabkan dan merawatnya. Lotion sendiri sudah ada sejak zaman kuno. Dilihat dari komposisinya, *hand body lotion* sekarang banyak menyertakan bahan-bahan alami seperti madu, minyak zaitun, bengkoang, yoghurt dan susu. Produk yang satu ini banyak ditawarkan dengan varian yang bermacam-macam oleh banyak perusahaan ke konsumen terutama konsumen wanita. Selain itu banyak merek produk yang tersedia salah satunya adalah produk merek "Nivea".

Nivea merupakan salah satu produk perawatan tubuh yang memiliki cukup banyak produk seperti *hand body lotion*, sabun, *gel shower*, deodoran, *body cream*, *body milk*, serum dan *oil*. *Hand body lotion* Nivea juga memiliki varian yang mengandung SPF. Menurut *Top Brand Award* selama beberapa tahun terakhir, Nivea mempertahankan posisi di urutan ke4.

Tabel 1.1. DATA HASIL TOP BRAND INDEX HAND & BODY LOTION

BRAND	TBI 2018	TBI 2019	TBI 2020
CITRA	42,9%	38,3%	31,5%
MARINA	20,7%	19,7%	22,4%

VASELINE	12,3%	17,8%	11,8%
NIVEA	4,8%	6,2%	5,4%
EMERON	4,5%	-	-
VIVA	-	2,6%	1,8%

Sumber : Top brand index

Berdasarkan Survey Top Brand mengenai hasil penjualan pada kategori produk perawatan tubuh *Hand Body Lotion* dari tahun 2018 sampai 2020 yang ditunjukkan pada tabel 1.1. Jika dilihat dari tabel 1.1 Survey *Top Brand* Indonesia (TBI) menunjukkan bahwa data di atas merupakan merek yang melopori produk *Hand Body Lotion* Nivea di dapat 3 tahun terakhir mengalami kenaikan di tahun, tahun 2018 4.8%, tahun 2019 6.2% dan tahun 2020 mengalami penurunan yaitu menjadi 5,4%.

Untuk mencapai kepuasan konsumen dan mendapatkan kepercayaan konsumen maka dalam memilih suatu produk yang harus dilakukan oleh seorang pengusaha adalah memberikan kualitas terhadap produk yang dimilikinya dengan cara pemberian merek pada produk. Merek sangat mempengaruhi fungsi dari pada produk-produk yang diproduksi dan keuangan sebuah perusahaan serta kegiatan pemasaran lainnya.

Kotler (2005) menyatakan bahwa merek adalah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual, dan untuk membedakannya dari produk pesaing. Merek juga merupakan janji penjual untuk secara konsisten menyampaikan serangkaian ciri-ciri, manfaat, dan jasa tertentu kepada para konsumen. Citra merek meliputi pengetahuan dan kepercayaan akan atribut merek (aspek kognitif), konsekuensi dari penggunaan merek tersebut, dan situasi penggunaan yang sesuai, begitu juga dengan evaluasi.

Berdasarkan pengalaman yang diperoleh, konsumen memiliki cenderung untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap *competitor* dari produk atau jasa yang pernah konsumen rasakan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas produk yang baik, harga yang sesuai dapat memberikan kepuasan untuk konsumen itu sendiri. Faktor penting dalam penjualan, banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok dipasar.

Harga adalah senilai uang yang harus di bayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin di belinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Selain itu, harga merupakan salah satu penentu dari keberhasilan perusahaan dalam menjalani usahanya. Perusahaan yang berhasil di nilai dari seberapa besar perusahaan itu bisa mendapatkan keuntungan dari besaran harga yang di tentukan dalam menjual produk atau jasanya.

Tabel 1.2 Mini Riset pilihan Hand Body Lotion kesukaan konsumen

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)
Perempuan	43 (89,6%)
Laki – laki	5 (10,4%)

Sumber: Data diolah (2021)

Umur (tahun)	Frekuensi (orang)
17 – 20	7 (14,5%)
20 – 22	33 (68,8%)
22 – 24	8 (16,7%)

Sumber: Data diolah (2021)

Merek hand body lotion	Jumlah konsumen yang memilih hand body lotion
Citra	9 (18,8%)
Vaseline	15 (31,3%)
Nivea	19 (39,6%)
Marina	5 (10,4%)
Viva	-

Sumber: Data diolah (2021)

Varian hand body lotion Nivea	Jumlah konsumen yang memilih	Harga hand body Nivea
Nivea extra white instant glow 200ml	3 (6,4%)	Rp. 26.000
Nivea extra white firm & smooth 200ml	6 (12,8%)	Rp. 26.000
Nivea extra white night nourish 200ml	5 (10,6%)	Rp. 39.500
Nivea extra white repair & protect 200ml	5 (10,6%)	Rp. 26.00
Nivea extra white body serum anti-age 180ml	9 (19,1%)	Rp. 49.500
Nivea intensive moisture body lotion 200ml	5 (10,6%)	Rp. 26.000
Nivea sun protect & moisture SPF 30 100ml	19 (29,8%)	Rp.39.500

Sumber : Data diolah dan Selecta mini market (2021)

Berdasarkan data mini riset pilihan hand body lotion kesukaan oleh 48 konsumen di Universitas Khairun Ternate yang dilakukan pada November 2020 pada tabel 1.2. menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin wanita sebanyak 43 orang dan pria sebanyak 5 orang, untuk responden berusia 17-20 sebanyak 7 orang , usia 20-22 sebanyak 33 orang dan usia 22-24 sebanyak 8 orang. Untuk pilihan merek hand body lotion yang digunakan dari 48 responden yang memilih citra sebanyak 9 orang, Vaseline 15 orang, Nivea 19 orang, marina 5 orang dan viva tidak ada yang memilih. Dan konsumen yang memilih merek hand body lotion Nivea, terbagi menjadi beberapa varian. Varian pertama yaitu, Nivea extra white Instant Glow sebanyak 3 orang dengan harga 26.000, Nivea extra white Firm & Smooth sebanyak 6 orang dengan harga 26.000, Nivea extra white Night Nourish sebanyak 5 orang dengan 39.500, Nivea exstra white Repair & Protect sebanyak 5 orang dengan 26.000, Nivea exstra white Body Serum Anti-Age sebanyak 9 orang dengan harga 49.000, Nivea Intensive Moisture Body Lotion sebanyak 5 orang dengan harga 26.000, dan yang terakhir Nivea Sun Protect & Moisture SPF 30 sebanyak 19 orang dengan harga 39.500.

Berdasarkan uraian diatas, penulis merasa tertarik melakukan penelitian terhadap minat beli konsumen pada produk Hand and Body Lotion dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Nivea”**. Penelitian ini menggunakan data yang didapat dari populasi Mahasiswa Univesitas Khairun Ternate yang menggunakan produk Hand and Body Nivea.

1.2. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian?

4. Apakah citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

1.4. MANFAAT PENELITIAN

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan informasi dan referensi bagi pihak perusahaan dalam menciptakan dan menghasilkan suatu produk yang dapat memuaskan serta meningkatkan kesuksesan dimasa mendatang.

2. Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan tentang keputusan pembelian dan menambah referensi sehingga dapat di gunakan oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan pihak yang berkepentingan untuk bahan penelitian sejenis.

3. Peneliti

Hasil penelitian ini memberikan kesempatan kepada penulis untuk menerapkan ilmu yang di dapatkan selama kuliah serta pengalaman yang berharga.