

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian saat ini telah mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang cukup pesat dan dinamis. Dalam memasuki era globalisasi, perusahaan semakin meningkatkan kompetensinya untuk berebut pangsa pasar. Dampak yang dapat dirasakan yaitu banyaknya pesaing yang bermunculan utamanya dari segi produk perawatan tubuh. Perkembangan produk saat ini merupakan sebuah dampak dari semakin banyak dan kompleksnya kebutuhan manusia terhadap suatu produk. Pada dasarnya manusia sebagai konsumen membeli barang dan jasa untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan hidup. Dengan dasar tersebut, maka setiap perusahaan harus memahami kebutuhan dan memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya karena keberlangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Rachmanda, S. N. 2017:1)

Sehubungan dengan keberadaan dan beraneka ragam perilaku maka produsen harus benar-benar tanggap untuk melakukan pengamatan terhadap apa yang menjadi keinginannya. Pada dasarnya, pelaku bisnis harus mempunyai kewajiban untuk memenuhi dan memuaskan konsumen melalui produk yang ditawarkan. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen ada dua hal yaitu faktor internal dan eksternal.

Keinginan dan kebutuhan manusia itu sifatnya tidak terbatas, tetapi sumber daya yang dimiliki terbatas, oleh karena itu demi mendapatkan suatu barang untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut maka seseorang akan rela menukarkan atau mengorbankan benda atau barang yang dimiliki, seperti uang atau benda-benda lainnya. Mendapatkan suatu barang tersebut, di dalam pemasaran harus memiliki sebuah kriteria untuk menunjang suatu promosi dari kualitas produk yang baik atau harga yang murah. (Afida, 2018)

Industri kosmetik saat ini berkembang sangat cepat pada saat ini. Keadaan tersebut menyebabkan perusahaan untuk memiliki keunggulan tersendiri agar dapat bersaing. Perusahaan diharapkan untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dengan memahami perilaku konsumen maka perusahaan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Salah satu produk kosmetik yang banyak di miniti saat ini adalah produk *hand body lotion* dari Vaseline. Tidak bisa dipungkiri bahwa industri kosmetik dunia mengalami perkembangan yang sangat pesat termasuk di Indonesia. Kemajuan dalam bidang ekonomi, sosial budaya dan teknologi membawa perubahan terhadap gaya hidup seseorang sehingga muncul berbagai produk perawatan kecantikan yang merupakan kebutuhan mendasar bagi kaum wanita. Kosmetik selalu menjadi bagian dalam kebutuhan sehari-hari karena wanita cenderung ingin mendapatkan dan mempertahankan kecantikan dari waktu-ke waktu. Inilah alasan mengapa wanita lebih banyak mengenal kosmetik untuk mereka gunakan setiap hari. Pelaku pasar yang bersaing di industri ini juga

semakin menambahkan pilihan kepada konsumen untuk cerdas dalam memilih penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhannya.

Pesatnya pertumbuhan pada industri kosmetik di Indonesia berimbas pada banyaknya pilihan yang ditawarkan kepada konsumen dalam hal keputusan pembelian suatu merek produk kosmetik. Keputusan pembelian mempunyai arti sebuah tindakan seseorang secara langsung dan tidak langsung berperan dalam usaha mendapatkan serta menggunakan produk yang dibutuhkan, dan juga bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pembentukan strategi pemasaran dimasa depan. Manfaat produk tentunya akan mendukung keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk yang dianggap dapat memenuhi kriteria, kebutuhan atau keinginan konsumen. Produk Vaseline memiliki berbagai macam manfaat bagi konsumen seperti dapat melembabkan kulit dan memutihkan kulit serta dapat melindungi kulit dari paparan sinar matahari dan dapat menjaga kesehatan kulit.

Keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan brand image (citra merek) produk yang mereka miliki. Merek mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya

Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari mengenalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Kotler 2007:251). Keputusan pembelian menjadi kesimpulan terbaik bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen melakukan berbagai macam kegiatan-kegiatan dalam mencapai kesimpulannya, karena setiap kegiatan membentuk kesimpulan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Assuari(2006: 141) menyatakan keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

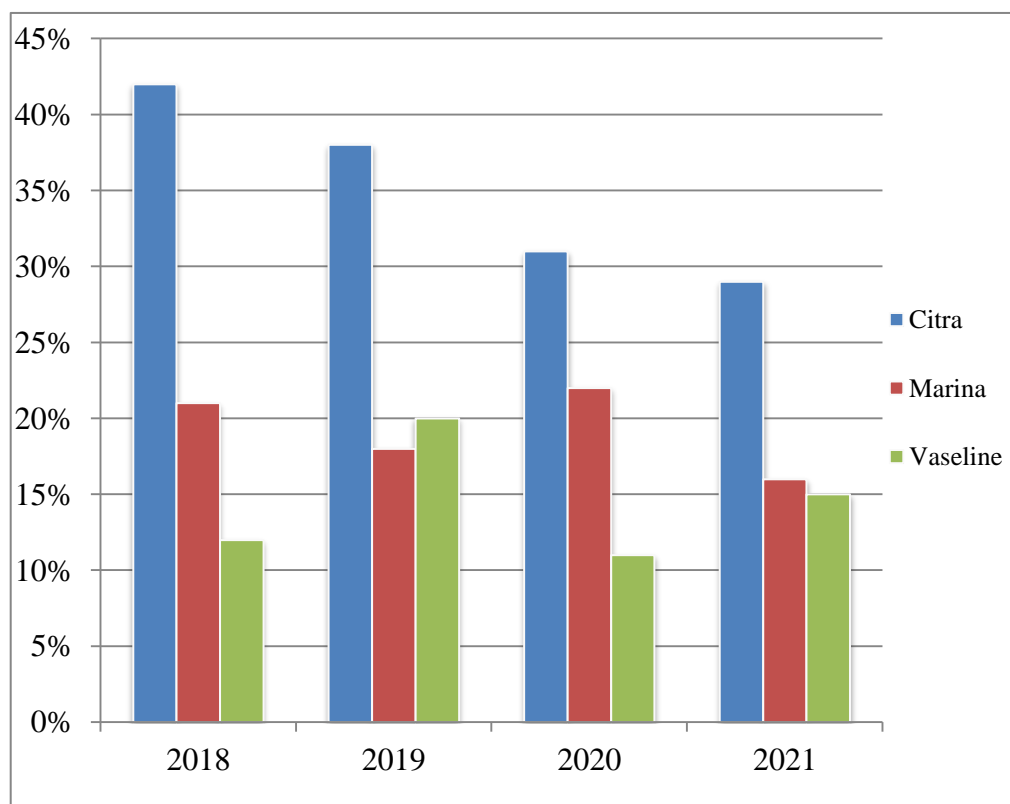
Proses pengambilan keputusan terhadap pembelian melalui beberapa proses yang nantinya akan menjadikan konsumen akan membeli, proses yang dilalui konsumen seperti melakukan pencarian informasi mengenai tempat yang ingin di datangi untuk membeli suatu barang atau jasa. Untuk memenangkan persaingan dalam pemasaran serta agar konsumen dapat memutuskan melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan maka perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor yang nantinya dapat mebuat para konsumen untuk tertarik membeli produk. Informasi mengenai produk harus dapat dengan mudah diperoleh melalui kegiatan promosi, konsumen akan tertarik terhadap produk yang ditawarkan apabila perusahaan mampu melakukan promosi yang efektif dan menarik, menciptakan harga yang terjangkau dan kompetitif serta mampu

memberikan kepuasan kepada pelanggan yang nantinya akan membuat pelanggan dapat memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Banyaknya merek kosmetik yang beredar di Indonesia memberikan banyak pilihan kepada konsumen, dalam memutuskan untuk membeli suatu merek produk kosmetik. Keputusan pembelian merupakan tindakan individu yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan, selain menjadi pertimbangan untuk strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan kedepannya.

Gambar 1.1 Grafik Top Brand Index Produk Hand and Body Lotion Tahun

2018-2021



Sumber: <http://www.topbrand-award.com/top-brand-indexs>

Berdasarkan grafik 1.1 diatas dapat dilihat bahwa presentase dari produk *hand body lotion* sangat bervariasi. Di mulai dengan citra dengan grafik paling tinggi diantara marina dan vaseline. Menunjukkan citra menjadi brand terbaik dari segala macam produk body lotion yang ada. Citra selalu memimpin memimpin dan menjadi top brand selama 4 tahun berturut-turut. Sedangkan vaseline terus berada di peringkat terakhir dengan grafik paling rendah pada tahun 2020 yaitu pada presentase 10%. Itulah yang menjadi salah satu alasan mengapa vaseline diangkat dalam penelitian ini.

Salah satu produk kosmetik yang beredar dipasar saat ini adalah produk Vaseline *hand and body lotion* yang merupakan salah satu produk PT. Unilever yang memiliki nama besar di Indonesia dan sudah dikenal secara global oleh masyarakat di Indonesia termasuk di Gorontalo. Berdasarkan gambar 1.1 terlihat bahwa Vaseline selalu menempati peringkat tiga besar dalam jajaran top brand index produk hand and body lotion di tahun 2018 sampai tahun 2021. Presentase dari tahun 2018 sampai tahun 2021 mengalami kenaikan dan penurunan secara berkala. Hal ini menunjukkan keputusan pembelian terhadap produk hand and body lotion Vaseline mengalami trend penurunan pada tahun 2018 dengan presentase data 12,3% dibandingkan kedua produk body lotion lainnya yaitu Citra sebagai pemimpin pasar dan juga marina yang di kenal dengan harganya yang murah.

Meskipun sempat mengalami sedikit kenaikan pada tahun 2019 yaitu sebesar 19,7% Vaseline kembali mengalami penurunan yang cukup besar di bandingkan tahun 2018 yaitu sebesar 11,8% pada tahun 2020, dan pada awal tahun 2021 mengalami sedikit kenaikan sebesar 14,8%. Hal ini membuktikan

bahwa keputusan pembelian dari produk body lotion Vaseline masih sangat kurang dibandingkan dengan produk body lotion lainnya yang sebelumnya sudah banyak dikenal oleh banyak orang.

Masalah yang dihadapi oleh Vaseline adalah tingginya persaingan dalam kategori *hand and body lotion* yang menandakan bahwa konsumen dalam kategori ini sangat potensial. Namun disisi lain produsen dituntut untuk semakin cermat dalam membaca kebutuhan dan keinginan konsumen.

Mahasiswa merupakan salah satu konsumen yang menggunakan produk *hand and body lotion* bermerek Vaseline. Mereka berkeinginan untuk selalu tampil cantik, sehingga mahasiswa merupakan pasar potensial untuk produk hand and body lotion Vaseline. Brand ini memiliki berbagai jenis varian produk yang tentunya sudah dipercaya dapat mencerahkan dan melindungi kulit.

Tabel 1.1 Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

Angkatan 2017 UNG

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Perempuan	94
2	Laki-laki	44
Total		138

Sumber: Operator Jurusan Manajemen

Asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu merepresentasikan keseluruhan persepsi konsumen terhadap merek yang terbentuk karena informasi dan pengalaman konsumen terhadap suatu merek tertentu. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan keputusan pembelian.

Citra merek adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Produk dengan citra merek yang baik akan memberikan rasa nyaman serta pandangan masyarakat yang positif pada merek produk tersebut sehingga penjualan produk itu akan mengalami peningkatan (Indah et al., 2020:83-84). Seluruh pandangan dan penilaian konsumen merupakan representasi dari keyakinan konsumen terhadap merek tersebut yang didapat melalui informasi serta pengalaman konsumen. Dapat diartikan bahwa citra positif yang telah terbangun dalam benak konsumen, akan membawa banyak kemungkinan keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Berbagai upaya dilakukan perusahaan dalam rangka mempertahankan *brand image* yang mereka miliki diantaranya inovasi teknologi keunggulan yang dimiliki produk tersebut, penetapan harga yang bersaing, dan promosi yang tepat sasaran. Semakin baik *Brand Image* produk yang dijual, maka semakin tinggi keputusan pembelian oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut saya maka saya meneliti dan mengangkat judul “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Hand Body Lotion Vaseline (studi kasus pada mahasiswa UNG Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen)”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas pada latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini disusun identifikasi masalah:

1. Pada aspek pengenalan produk banyak jumlah perusahaan yang memproduksi *hand and body lotion* menyebabkan terjadinya persaingan yang tinggi, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan untuk memutuskan pembelian produk *hand and body lotion*
2. Disamping itu dari segi pencarian informasi konsumen menggunakan berbagai macam alternatif untuk mendapatkan informasi terkait produk
3. Konsumen mempelajari berbagai macam merek dan menilai sebelum melakukan keputusan pembelian
4. Konsumen memutuskan melakukan pembelian suatu produk berdasarkan evaluasi pra pembelian

1.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: “apakah Brand Image berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian produk Hand and Body Lotion Vaseline (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi jurusan manajemen UNG)”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian produk Hand and Body Lotion Vaseline (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi jurusan manajemen UNG.)

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat tersebut adalah terkait dengan aspek teoritis maupun aspek praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam rangka penerapan teori-teori yang telah didapat di bangku perkuliahan serta untuk mengetahui sejauh mana tingkat kemampuan peneliti dalam meneliti sebuah masalah
- b. Dapat menambah perbendaharaan referensi di perpustakaan Universitas Negeri Gorontalo serta menambah pengetahuan dan informasi khususnya mahasiswa jurusan Manajemen yang akan meneliti masalah yang sama.
- c. Sebagai bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang dikaji dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan-masukan yang berharga bagi merek Vaseline tersebut, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan dan mengembangkan kebijakan yang berhubungan dengan citra merek (*brand image*) agar terus selalu di percaya konsumen untuk selalu menggunakan produknya.
- b. Sebagai bahan informasi dan masukan bagi mahasiswa fakultas ekonomi jurusan manajemen dalam pengambilan keputusan dalam pembelian produk *hand and body lotion*.