

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

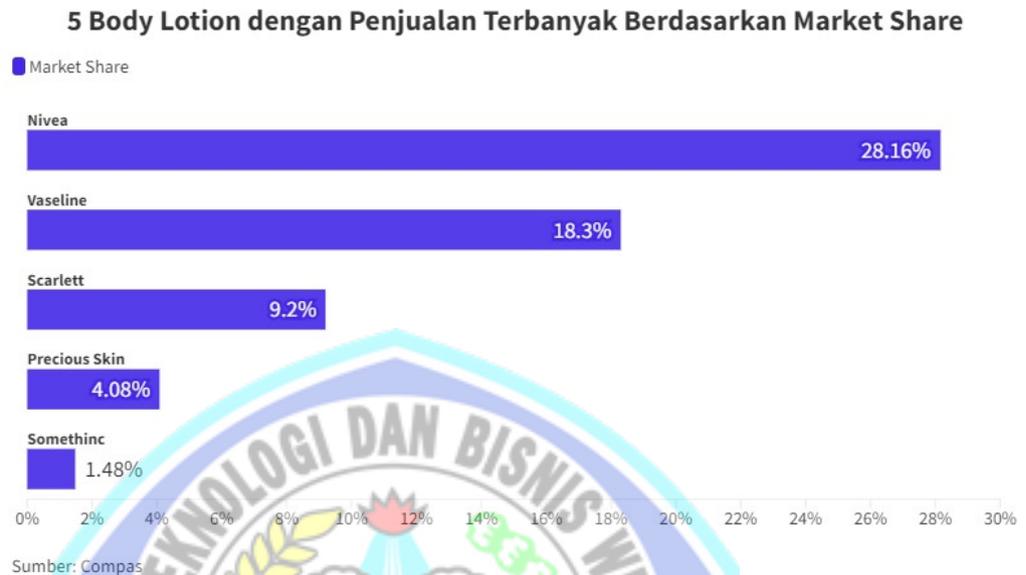
Industri kosmetik sekarang mengalami perkembangan yang sangat cepat, termasuk di Indonesia. Berbagai produk perawatan kecantikan dan kosmetik muncul sebagai akibat dari perkembangan dalam bidang perdagangan, sosial budaya, dan teknologi, mengubah tingkah laku individu. Perkembangan ketiga bidang tersebut telah menciptakan persaingan yang ketat dalam industri perawatan kecantikan atau kosmetik. Jadi, setiap perusahaan harus terus mengembangkan produk baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan supaya tetap kompetitif. (Anam *et al.*, 2020)

Lotion tangan dan tubuh adalah produk kecantikan yang paling populer saat ini. Ini digunakan pada tangan dan tubuh yang berfungsi untuk menjaga kelembapan. Menggunakan *hand and body lotion* setelah mandi dapat mengembalikan kelembapan kulit yang hilang akibat pemakaian sabun mandi dan juga dapat menjaga kelembapan kulit sepanjang hari. (Kristianingsih *et al.*, 2022).

Indonesia memiliki banyak perusahaan lokal dan nasional yang mempromosikan merek *lotion* tangan dan tubuh seperti Citra, Viva, Purbasari, Naturian, Shinzui. Beragam merek *hand and body lotion* yang tersedia di Indonesia dapat menyebabkan meningkatnya persaingan. Produsen di industri kecantikan atau kosmetik terus berinovasi dan mengolah kreativitas produk mereka agar selalu sejalan dengan kualitas produk dan dapat bersaing di pasar.

Nivea merupakan salah satu industri kosmetik yang sedang berkembang. Nivea adalah salah satu merek *hand and body lotion* yang menjual produk berkualitas dan memiliki nilai tinggi. Nivea di produksi oleh PT. Beiersdorf Indonesia pada tahun 1911. Nivea memiliki berbagai macam jenis produk, mulai dari perawatan wajah, perawatan bibir, dan perawatan tubuh seperti *body lotion*. Nivea memiliki berbagai macam jenis *hand and body lotion* yaitu *extra white care & protect serum*, *extra white night nourish serum*, *extra white repair & protect lotion*, *extra white radiant and smooth lotion* dan lain-lain, bahkan deodoran dihadirkan untuk perawatan kulit yang maksimal. Bahan dasar yang digunakan oleh Nivea dibedakan antara *signifikan* dan *signature*. Bahan dasar *signifikan* menyediakan fungsi dasar dan menjaga kulit tetap lembut saat disentuh dan mudah digunakan. Bahan dasar *signifikan* juga dapat menjaga kesegaran sehingga aman digunakan dalam jangka panjang. Sedangkan untuk bahan *signature* memberikan perlindungan untuk kulit sehingga keseimbangan alami kulit terjaga dan mencegah tanda penuaan. Produk Nivea sudah terdaftar di BPOM sehingga sudah dipastikan keamanannya.

Dibawah ini merupakan gambar penjualan produk terbanyak berdasarkan *market share* periode 1-23 Mei 2023:



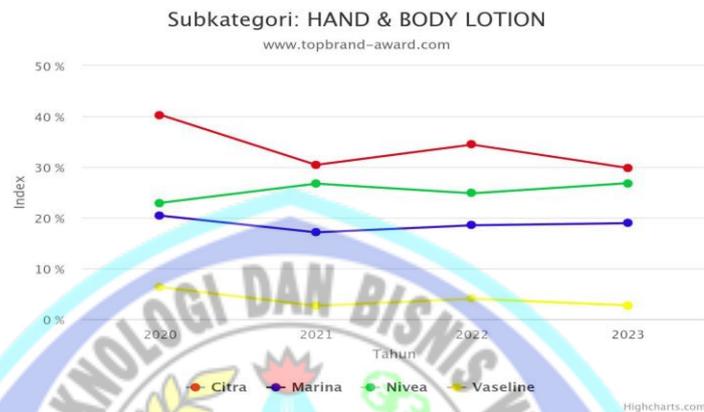
Gambar 1. 1 *Body lotion* dengan penjualan terbanyak berdasarkan *market share* periode 1-23 Mei 2023

Sumber: Kompas

Gambar 1.1 dapat dinyatakan bahwa *hand and body lotion* Nivea berada di urutan paling atas penjualan berdasarkan *market share* terbesar 28,16%. Di urutan kedua, ada Vaseline dengan nilai 18,3%. Kemudian di urutan ketiga, ada Scarlett dengan nilai 9,2%. Di urutan keempat, ada Precious Skin dengan nilai 4,08% dan diikuti dengan Somethinc dengan nilai terendah 1,48%. Penjualan produk *hand and body lotion* Nivea mencapai 77,3 ribu produk dengan pendapatan mencapai Rp 5,7 miliar. Untuk penjualan Vaseline mencapai 56,6 ribu dengan penghasilan sebesar Rp 3,7 miliar. Scarlett sendiri mampu menjual produknya sebanyak 19,4 ribu *unit* dengan pendapatan Rp 1,9 miliar. Selanjutnya untuk Precious Skin mampu menjual

15.1 ribu *unit* dengan penghasilan mencapai Rp 823,4 juta. Dan untuk Somethinc sendiri mampu menjual produk 3,9 ribu *unit*.

Dibawah ini adalah gambar komparasi merek indeks 2020-2023



Gambar 1. 2 Komparasi Merek *Indeks* 2020-2023

Sumber: Top Brand Award

Gambar di atas merupakan *hand and body lotion* yang masuk kedalam Top Brand Award pada tahun 2020-2023. Pada tahun 2020 posisi pertama Citra memiliki persentase yang tinggi pada tahun 2020 yaitu 40,30% dan terendah pada tahun 2023 yaitu 29,80%. Pada posisi kedua ada *hand and body lotion* Nivea dengan persentase produk tertinggi pada tahun 2023 yaitu 26,80% dan terendah di tahun 2020 yaitu 22,90%. Pada posisi ketiga ada *hand and body lotion* Marina dengan persentase produk tertingginya pada tahun 2020 sebesar 20,40% dan terendah pada tahun 2021 yaitu 17,10%. Dan di posisi terakhir ada *hand and body lotion* Vaseline memiliki persentase produk tertinggi pada tahun 2020 yaitu 6,30% dan terendah pada tahun 2023 yaitu 2,70%.

Hand and body lotion Citra mampu menduduki Top Brand urutan pertama kemudian disusul dengan *hand and body lotion* Nivea diurutan kedua. Selanjutnya diurutan ketiga ada *hand and body lotion* Marina dan diposisi terakhir ada *hand and body lotion* Vaseline. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *hand and body lotion* Nivea cukup banyak. Jika dikomparasikan dengan *hand and body lotion* Citra, Nivea masih berada dalam posisi kedua. Sehingga perusahaan Nivea harus mampu bersaing dalam pemasaran dengan meningkatkan inovasinya. Saat ini persaingan semakin ketat, Nivea berlomba-lomba untuk menguasai pangsa pasar yang ada dan nantinya mengumpulkan tenaga yang dimiliki untuk menampilkan produk unggulannya jika dikomparasikan dengan produk lainnya.

Semua kegiatan pemasaran diharapkan dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian mereka. Menurut Novitasari *et al.*, (2022) keputusan pembelian merupakan prosedur dimana pelanggan memilih dan mempertimbangkan berbagai hal yang sesuai dengan kebutuhannya dalam memutuskan pembelian barang atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) dalam (Larika & Ekowati, 2020) ketika pelanggan membuat keputusan untuk membeli sesuatu, mereka melakukan keputusan pembelian. Kondisi ini terjadi ketika seseorang memiliki banyak opsi untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu pendorong yang membuat konsumen melakukan keputusan pembelian yaitu karena citra merek.

Menurut Kotler & Keller (2009) dalam Adyas & Setiawan (2020) gambaran merek yang dimiliki pelanggan tentang merek tersebut disebut sebagai citra merek. Citra merek tidak hanya sebuah nama untuk produk, tetapi juga jati diri yang

membuatnya berbeda dari produk perusahaan lain. Membuat produk tertentu lebih mudah dikenali oleh konsumen. Konsumen sering melakukan keputusan pembelian apabila konsumen percaya terhadap citra merek yang ada pada produk tersebut. (Himawan & Harnaji, 2021)

Citra merek *hand and body lotion Nivea* menumbuhkan kesadaran merek, yang mudah dikenali karena memiliki karakteristik tertentu. Ini menunjukkan kemampuan pelanggan potensial untuk mengidentifikasi dan memikirkan kembali bahwa merek tertentu termasuk dalam bagian barang tertentu, dalam hal ini untuk perawatan kulit. Nivea memiliki asosiasi merek yang baik, yang berarti bahwa menggunakan produk Nivea mencerminkan pencitraan suatu merek dalam kaitannya dengan kebiasaan, gaya hidup, manfaat dan lain-lain. Konsumen memersepsikan citra merek Nivea adalah suatu produk yang sangat berkualitas untuk menjaga dan merawat kecantikan konsumen yang menggunakannya. (Himawan & Harnaji, 2021)

Hasil penelitian oleh Rosa Indah *et al.*, (2020) menunjukkan citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi pada penelitian Adyas & Setiawan (2020) menunjukkan citra merek tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pendapat kedua penelitian terdahulu tersebut terdapat *research gap* pada variabel citra merek.

Konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk selain citra merek saat memilih produk. Kualitas produk Firmansyah dalam (Tri *et al.*, 2019) adalah pemahaman atas produk yang dijual mempunyai nilai jual lebih yang pesaing tidak

miliki. Setiap perusahaan selalu mengusahakan kualitas produk mereka agar bisa berkompetisi di pasar. Oleh karena itu, kualitas produk dapat dikatakan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tertentu. Apabila kualitas yang dirasakan konsumen itu baik, maka akan membuat produk tersebut memiliki nilai tambah.

Kualitas *hand and body lotion* Nivea sangat baik, selain dapat melembabkan dan merawat kulit. Nivea juga bisa mencegah kulit dari paparan matahari karena mengandung *UV protection*, meratakan warna kulit, mengencangkan kulit maupun berperan sebagai anti *aging*. Tekstur yang dimiliki oleh *hand and body lotion* Nivea yaitu *creamy* dan ringan sehingga sangat mudah meresap ke dalam kulit dan tidak lengket di kulit pada saat digunakan.

Penelitian oleh Apriani & Bahrin (2021) menyatakan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk tertentu. Namun, beberapa peneliti menyatakan hal yang berbeda terkait kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Septiani & Prambudi (2021) menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut pendapat kedua terdahulu tersebut terdapat *research gap* pada variabel kualitas produk.

Hand and body lotion Nivea, memiliki citra merek dan kualitas produk yang baik, juga mempunyai harga sangat terjangkau daripada produk perawatan kulit sekelasnya. Menurut Malau (2017) harga adalah komponen pemasaran yang memberikan penghasilan untuk perusahaan. Karena harga yang ditentukan oleh perusahaan akan bergantung pada kualitas produk dan bervariasi dalam tingkatan

berdasarkan kualitasnya, harga juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian.

Harga yang diberikan untuk produk Nivea cukup terjangkau, sehingga dapat diterima oleh berbagai kalangan dari mulai remaja hingga dewasa. Harga yang diberikan Nivea sangat seimbang oleh kualitasnya, maka pelanggan banyak yang lebih memutuskan Nivea dibandingkan dengan produk lain dengan kelas yang serupa.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kristin *et al.*, (2021) menyatakan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan studi oleh Rozjiqin & Ridlwan, (2022) menunjukkan bahwa harga tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pendapat kedua terdahulu tersebut terdapat *research gap* pada variabel harga.

Pada penelitian ini, pilihan pembeli untuk *hand and body lotion* Nivea dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk citra merek, kualitas produk, dan harga. Membuat pelanggan menentukan untuk membeli suatu barang, merek menjadi identitasnya, dan kualitas produk sangat penting untuk keputusan mereka. Dan harga yang membuat penilaian bagi pembeli untuk melakukan pembelian.

Memilih dan meneliti *hand and body lotion* Nivea jika dikaitkan dengan siswi SMA Negeri 01 Yosowilangun adalah karena siswi adalah salah satu pengguna. *Hand and body lotion* Nivea memiliki banyak manfaat yaitu dapat melembabkan, merawat kulit, melindungi kulit dari paparan sinar matahari dan sudah terbukti kualitasnya. Nivea juga cukup ekonomis untuk mereka. Harga yang cukup terjangkau menjadikan Nivea sebagai pilihan yang tepat bagi siswi untuk

melakukan keputusan pembelian. Tidak heran jika di SMA Negeri 01 Yosowilangun mungkin banyak sekali peminatnya.

Berdasarkan permasalahan diatas , peneliti melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand And Body Lotion* Nivea (Studi Kasus Siswi SMA Negeri 01 Yosowilangun)”

1.2 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah dibuat agar penelitian lebih efektif dan untuk menghindari adanya penyimpangan atau pelebaran pokok masalah. Jadi, batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya dilakukan di bidang Manajemen Pemasaran.
- b. Penelitian yang dilakukan lebih memfokuskan pada variabel citra merek, kualitas produk, dan harga sebagai variabel bebas. Sedangkan untuk variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian.
- c. Responden yang digunakan adalah pemakai *hand and body lotion* Nivea khususnya siswi yang ada di SMA Negeri 01 Yosowilangun.
- d. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2024

1.3 Rumusan Masalah

Bersumber pada latar belakang di atas, rumusan masalah dapat disusun yaitu:

- a. Apakah citra merek mempengaruhi keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea di SMA Negeri 01 Yosowilangun?
- b. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea di SMA Negeri 01 Yosowilangun?

- c. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea di SMA Negeri 01 Yosowilangun?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea di SMA Negeri 01 Yosowilangun
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea di SMA Negeri 01 Yosowilangun
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea di SMA Negeri 01 Yosowilangun

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan mempertimbangkan tujuan penelitian di atas, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Secara Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan informasi tambahan dan dapat digunakan untuk penelitian ulang tentang citra merek, kualitas produk, dan harga mempengaruhi keputusan pembelian serta sebagai referensi agar mengembangkan ilmu pengetahuan terutama dalam manajemen pemasaran.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Peneliti

Sebagai bahan penambahan wawasan ilmu pengetahuan serta pemahaman teori dan praktik dilapangan yang menjadi syarat untuk menempuh Sarjana Manajemen (S.M) di Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan menambah informasi dalam strategi manajemen untuk para peneliti baru yang memiliki kesamaan dalam variabel serta dapat dikembangkan agar lebih sempurna dalam sebuah penelitian.

3) Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini akan memberikan petunjuk untuk memberikan informasi tentang merek, kualitas, dan harga *hand and body lotion* Nivea.

