

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia yakni suatu negeri dengan populasi sangat banyak di dunia. Jumlah penduduk yang besar memunculkan kasus yang dialami oleh pemerintah pula sangat zona mulai dari kasus ekonomi, kesejahteraan rakyat, kasus pembelajaran serta kesehatan. Terlebih dikala ini tengah terjalin wabah penyakit yang belum sempat terdapat lebih dahulu ialah Covid- 19. Tidak cuma Indonesia, segala dunia pula merasakan akibat dari terdapatnya pandemi Covid- 19 yang memunculkan banyak pergantian dalam kehidupan warga. Pergantian yang terjalin antara lain dalam bidang pembelajaran proses pendidikan dikala ini dicoba dengan sistem online dari rumah. Pada bidang kesehatan segala warga disaat ini dituntut buat senantiasa melindungi kesehatan serta mematuhi protokol kesehatan yang sudah diresmikan pemerintah. Sebaliknya dalam bidang ekonomi pergantian kegiatan jual beli pula terjalin. Apabila disaat dikala saat sebelum terdapatnya pandemi Covid-19 proses jual beli dicoba secara tatap muka ataupun berjumpa langsung, disaat ini mulai ditukar dengan transaksi secara online dengan mengenakan teknologi serta internet.

Ekonomi wujud baru ini terjalin bersamaan dengan diberlakukannya masa new wajar dikala ini. Krisis pandemi merubah nyaris totalitas sikap konsumen jadi lebih konservatif. Konsumen terus jadi berjaga- jaga dalam melaksanakan komsumsi dengan mau senantiasa terletak di rumah supaya bebas dari Covid- 19. Menimpa ini berdampak pada zona industri yang dini disaat dikala saat sebelum terdapatnya pandemi sangat jaya, disaat ini dapat redup serta mati apabila tidak bisa menyesuaikan dengan kondisi dikala ini. Namun terdapat pula zona industri yang malah hadapi kenaikan sebab terdapatnya Covid- 19. Sebut saja industri yang mulai hadapi kemacetan di tengah suasana krisis pandemi ini ialah zona pariwisata yang ditopang oleh industri perhotelan, kuliner, serta transportasi dimana industri- industri ini sangat tergantung pada berkumpulnya jumlah masa serta sehabis itu lintas

orang. Kebalikannya itu industri yang malah hadapi kenaikan pada masa krisis pandemi yakni industri streaming, delivery, serta ecommerce. Terbukti dari tingkatan permintaan pada platform dikala ini melonjak besar. Kenaikan permintaan yang sangat signifikan terjalin pada produk kesehatan ialah sabun kesehatan anti bakterial dengan energi atensi yang sangat besar.

Warga dikala ini berupaya buat melindungi diri supaya tidak terpapar virus tersebut, ialah dengan konsumsi vit, menggunakan masker mulut, Face Shield, menggunakan Handsanitizer sehabis memegang benda, menyemprotkan disinfektan, serta pula menggunakan sabun kesehatan buat mandi serta mencuci tangan. Sebagian barang tersebut jadi sangat tidak kerap sehingga banyak oknum yang menjual dengan harga besar. Salah satu benda yang hadapi kelangkaan serta peningkatan harga yakni sabun batang anti kuman Dettol.

Sabun Dettol yakni salah satu sabun kesehatan maupun antibakteri yang dapat mensterilkan serta melindungi kulit dari bakteri yang tidak nampak. Telah lebih dari 80 tahun, Dettol sudah jadi terdepan dalam proteksi terhadap bakteri penyakit. Tetapi dikala saat sebelum virus corona itu terdapat, sabun Dettol terkategori salah satu sabun batangan yang biayanya terkategori mahal bila dibanding dengan sabun batang yang lain, oleh karena itu banyak dari sebagian masyarakat yang lebih memilah merk sabun batangan lain yan biayanya lebih murah. Tetapi kala hadirnya virus corona yang mengecam segala warga di indonesia, sabun batang merek Dettol jadi sabun yang sangat dicari.

Sabun merupakan surfaktan yang digunakan buat cuci serta mensterilkan, bekerja dengan dorongan air. Sebaliknya dettol mendapatkan watak antiseptik dari anti mikroba dengan keahlian menghancurkan kuman, serta membatasi pertumbuhannya. SOAPOL memiliki 0, 3% senyawa kimia kloroksilenol yang diketahui dengan mutu antibakterinya yang efisien. Dengan demikian pada dikala ini orang menginginkan produk sabun mandi

batang antiseptik tetapi pula bisa dengan proteksi antiseptik sabun ini sanggup melawan kuman yang bawa bermacam berbagai penyakit.

Dettol ialah salah satu produk dari PT. Reckitt Benckiser yang senantiasa optimis serta tidak gengsi buat senantiasa menciptakan produk bermutu. walaupun ada banyak pesaing, Bagi Top Brand tahun 2021 Dettol ialah urutan awal produk kesehatan dengan jenis perawatan individu. Tabel

Tabel 1.1 Top Brand Sabun Antiseptik tahun 2021

SABUN MANDI				
BRAND	TBI 2020		TBI 2021	
Lifebuoy	38.6%	TOP	32.5%	TOP
Dettol	36.5%	TOP	43.8%	TOP
Nuvo	10.2%	TOP	10.5%	TOP
Asepso	9.7%		8.6%	

www.topbrand-award.com

Bersumber pada Tabel 1. 1. Sabun Dettol hadapi pergantian di nomer urut serta hadapi peningkatan persentasenya. Pada tahun 2020 sabun Dettol terletak di urutan ke 2 dengan persentase 36, 5% sebaliknya pada tahun 2021 sabun Dettol hadapi peningkatan ialah di urutan awal dengan persentase 43, 8% yang pastinya lebih besar dari persentase lebih dahulu dengan selisih 7. 3%. dapat jadi angka tersebut terus menjadi meningkat sampai akhir tahun. Dalam perihal ini pastinya warga berupaya melaksanakan yang terbaik buat melindungi diri mereka dan keluarga mereka dari bahaya virus corona salah satunya dengan mengenakan produk pembersih, yakni sabun mandi dengan merek tertentu, salah satu opsi mereka antara lain jatuh pada produk sabun mandi batang merek Dettol.

Sejak adanya pandemik, penjualan sabun Dettol hadapi kenaikan. Menimpa tersebut disebabkan disinfektan dikira bisa digunakan selaku pelindung dari terpaparnya virus corona. Terlebih di Tiongkok permintaan hendak produk Dettol antara lain gel tangan sangat bertambah tajam. Tetapi

buat World Health Organization cuci tangan dengan sabun ialah salah satu upaya buat melindungi kesehatan yang sangat utama dalam hadapi wabah virus corona. Dettol sendiri telah mempunyai mutu kesan yang baik, citra merk yang baik dibenak warga selaku salah satu sabun antibakterial. Harga yang mereka tawarkan pula bermacam- bermacam dengan bermacam berbagai alterasi aroma, dimensi dan kemasan. Dengan terdapatnya bencana yang terjaln dikala ini sebagian dari masyarakat memutuskan buat membeli produk tersebut, karena citra merk dan informasi yang diperoleh dari pihak lain mengenai sabun tersebut yang sudah dikenal dengan sabun antibakteri.

Buat Mowen(2004) Buat menghasilkan produk yang mempunyai nilai jual serta tenaga saing yang besar, dalam proses inovasi ataupun pula penciptaannya industri wajib bisa menghasilkan strategi bisnis yang sesuai. Salah satunya yakni menghasilkan produk yang bermutu. Mutu produk yakni selaku penilaian merata pelayanan atas kebaikan kinerja benda ataupun jasa. Konsumen tampaknya hendak memilah produk yang bermutu baik buat dibeli. Terus jadi baik mutu sesuatu produk hingga keputusan konsumen buat membeli terus jadi kokoh, Sulistyawati(2009), Ayu(2012), Akbar(2012).

Fokus utama dalam industri yakni mutu produk, selaku salah satu tata metode tingkatkan tenaga saing yang wajib cocok serta sanggup penuhi harapan konsumen. Mutu produk selaku salah satu aspek yang dipertimbangkan dalam melaksanakan keputusan pembelian produk(Purwati, 2012). Keputusan pembelian berfokus pada proses pengambilan keputusan(Kotler serta Keller, 2009). Terdapatnya kebutuhan yang berupaya buat dipadati memencet konsumen buat memilah bermacam alternatif yang terdapat(Kotler serta Keller, 2009). Keputusan pembelian dipengaruhi oleh aspek citra merk yang positif, dengan terdapatnya citra merk yang kokoh bisa menimbulkan merk tersebut menempel dibenak konsumen Andreani et angkatan laut Angkatan laut(Angkatan laut(AL)),(2012). Brand image/ Citra Merk selaku acuan disaat dikala saat sebelum konsumen melaksanakan pembelian(Lin et angkatan laut(Angkatan laut(Angkatan laut(AL)),(2007).

Referensi Brand Image yang dipunyai konsumen hendak menolong konsumen dalam mengambil keputusan pembelian(Arslan, 2014).

Dari Studi(Ratri, 2007), Citra merk ialah asosiasi dari seluruh data yang ada menimpa produk, jasa serta industri dari merk yang di iktikad. Citra terhadap merk berhubungan dengan perilaku yang berbentuk kepercayaan serta preferensi terhadap sesuatu merk. Dengan terdapatnya merk konsumen hendak lebih gampang mengindikasi produk tertentu. Tetapi pada produk antiseptik, Dettol mempunyai pesaing yang lumayan berat ialah produk hand sanitizer merek Antis. Oleh karena itu Dettol terus melindungi dan tingkatkan citra merk yang dimiliki.

Kedua aspek internal tersebut berkaitan dengan keputusan pembelian yang hendak dicoba oleh konsumen. Sebab dengan mengenali citra merk sesuatu produk, hingga pengguna dapat langsung membagikan cerminan menimpa mutu produk yang dipunyai produk tersebut. Apabila citra merk sesuatu produk itu bagus hingga dapat jadi besar mutu produk tersebut pula bagus. Kebalikannya, apabila citra merk suatu produk itu kurang bagus, hingga mutu produk yang dipunyai dapat jadi pula kurang bagus. Kala citra merk serta anggapan mutu sesuatu produk itu bagus, konsumen tidak hendak ragu buat melaksanakan pembelian. Sebaliknya apabila citra merk serta anggapan mutu produk kurang bagus, konsumen hendak berpikir 2 kali buat melaksanakan pembelian. Keputusan pembelian proses dimana konsumen mencari data menimpa sesuatu produk dengan merk tertentu sehabis itu melaksanakan penilaian seberapa baik produk tersebut bisa penuhi kemauan serta harapannya yang sehabis itu menuju pada keputusan pembelian.

Dari pemaparan, bisa dikatakan bila mutu produk serta citra merk bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Statment tersebut didukung oleh komentar dari Ratnasari, dkk.(2014) yang menampilkan bila mempunyai jalinan positif serta signifikan menimpa mutu produk serta citra merk terhadap keputusan pembelian. Menimpa ini sejalan dengan riset Mahanani(2018) yang menampilkan bila mutu produk mempengaruhi secara positif serta

signifikan terhadap keputusan pembelian. Berikutnya riset Pradana, dkk.(2017) yang menampilkan bila citra merk mempengaruhi positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian Harum Al Rasyid dan Agus Tri Indah (2018) juga menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel bebas Inovasi Produk dan Harga secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian. Sejalan dengan Hasil penelitian dari Ira Arnie Yuvira, M. Yamin Siregar* & Hesti Sabrina (2020) juga menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel bebas Pengaruh Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Anggapan mutu produk konsumen terhadap sabun batang Dettol berasal dari data yang diperoleh konsumen menimpa produk tersebut. Sehingga dari anggapan mutu produk, konsumen hendak mengingat suatu merk produk yang menjadikan konsumen lebih gampang mengingat ataupun mengenali sesuatu produk. Tetapi konsumen berpikiran kalau seluruh merk sabun batang mempunyai guna yang sama, sehingga evaluasi terhadap mutu produk masing-masing merk pula sama. Pada produk sabun batang merk Dettol konsumen berasumsi kalau harga yang diberlakukan itu mahal, oleh sebab itu konsumen hendak berpikir 2 kali buat melaksanakan keputusan pembelian. Dalam riset ini terdapat 3 permasalahan yang dideskripsikan. Awal, gimana anggapan mutu produk serta citra merk berakibat secara langsung terhadap keputusan pembelian. Kedua, gimana anggapan mutu produk mempengaruhi secara langsung terhadap keputusan pembelian. Ketiga, gimana citra merk mempengaruhi langsung terhadap keputusan pembelian. Dari kasus ini dikemukakan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Dettol di Kota Bekasi”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pengaruh kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sabun batang Dettol di Kota Bekasi?

2. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sabun batang Dettol di Kota Bekasi ?
3. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sabun batang Dettol di Kota Bekasi ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sabun batang Dettol.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sabun batang Dettol.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sabun batang Dettol.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi perusahaan

Riset ini diharapkan bisa dijadikan media koreksi, penilaian serta bahan pertimbangan yang berguna untuk industri Reckitt Benckiser sebagai owner produk merk Dettol dalam melaksanakan strategi pemasaran yang baik, khususnya menimpa citra merk serta anggapan mutu produk, biar pada waktu mendatang produk yang di bagikan bisa pengaruhi keputusan pembelian konsumen.

b. Bagi penulis

Riset berguna buat menaikkan pengetahuan serta pengalaman, riset diharapkan bisa menolong buat menaikkan wacana serta rujukan baik secara teori ataupun praktek khususnya menimpa pengaruh mutu produk serta citra merk terhadap keputusan pembelian, sehingga berguna untuk riset berikutnya yang terpaut serta sejenis.

c. Bagi pihak lain

Riset ini diharapkan bisa jadi bahan rujukan untuk riset berikutnya. Untuk pembaca universal bisa membagikan pengetahuan lebih tentang industri.