

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Dunia saat ini, banyak pembuat menawarkan produk atau layanan mereka dalam berbagai merek. Merek merupakan bagian penting dalam organisasi, karena merek mengakui hasil yang sama dari suatu perusahaan dari organisasi lain. Pengusaha juga harus imajinatif dan kreatif dalam mengirimkan dan memamerkan produk mereka sehingga mereka dapat menjual dengan baik di pasar dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan harus mampu bereaksi dengan cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang sangat dinamis dan penuh ketidakpastian agar dapat bersaing secara efektif di era globalisasi. Produk berkualitas dengan harga yang tinggi merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang dengan demikian akan benar-benar ingin memberikan nilai pemenuhan yang lebih tinggi kepada pelanggan. Untuk hal ini produsen harus memberikan kualitas produk yang baik kepada konsumen, dengan alasan jika tidak konsumen akan beralih ke produk lain.

Produk shampo merupakan produk yang dibutuhkan oleh hampir semua orang di seluruh lapisan masyarakat. Shampo merupakan salah satu kategori produk toiletris dengan tingkat persaingan yang ketat. Dimana produsen besar harus berlomba-lomba dalam melakukan promosi produknya dengan berbagai cara, salah satunya yaitu melalui iklan televisi yang semakin gencar. Setiap hari siaran televisi dipenuhi dengan iklan shampo Sunsilk, Clear, Pantene, Dove dan lain-lain yang memasang bintang iklan dari kalangan selebritis papan atas. Melalui iklan tersebut produsen berupaya agar merek yang mereka produksi dapat dikenal dan senantiasa berada di benak para konsumen

Saat ini industri shampo di dalam negeri dikuasai oleh dua pemain besar PT Unilever Indonesia Tbk. dan PT Procter & Gambler Indonesia (P&G). Kedua produsen besar ini juga dikenal sebagai produsen consumer goods lain seperti produk personal care, skin care, home toiletries dan sebagainya. Dikategori shampo, Unilever melempar empat merek, yaitu Sunsilk, Clear, Lifebuoy dan

Dove. Hal yang sama juga dilakukan P&G, yaitu mengeluarkan merek Pantene, Rejoice, Head & Shoulders serta Herbal Essences. Menurut riset Indonesia Finance Today, Unilever dan P&G menguasai lebih dari 80% market share shampo di Indonesia ((Sarah Chalida S 2014)). Semakin banyaknya pesaing di era globalisasi produk Clear semakin terdesak dengan pesaing yang ada seperti Shampo Pantene dan Shampo Sunsilk. Adapun minat shampo yang beredar di Indonesia berdasarkan gambar minat beli pengguna shampo kuartal II-2022 dibawah ini:

Gambar 1.1 Merek Shampo Minat Beli Terlaris Kuartal II-2022



Sumber : <https://compas.co.id/article/data-minat-beli-shampo/>

Berdasarkan Gambar 1.1 merek shampo Minat Beli terlaris kuartal II-2022 Berdasarkan minat beli pengguna shampo di indonesian dapat dilihat bahwa penjualan shampo Clear menduduki posisi terakhir setelah shampo Head & Shoulder, Shampo Zinc, Pantene Dan Sunslk. Dapat dilihat dari data diatas, Posisi pertama di tempati oleh shampo merek Sunslk dengan minat beli pengguna sebesar 4,5 juta jiwa. Posisi kedua ditempati oleh shampo Pantene dengan pengguna nya sebesar 3,5 juta jiwa. Diposisi ketiga ditempati oleh shampo Zinc dengan pengguna nya sebesar 3,1 juta jiwa. Diposisi keempat ada shampo merek Head & Shoulder dengan pengguna nya sebesar 2,8 juta jiwa. Dan diposisi terakhir ada shampo merek Clear dengan penggunanya sebesar 2,6 juta jiwa. Berdasarkan data Minat beli

pengguna shampo Kuartal II pada tahun 2022, Artinya terdapat masalah dalam minat beli produk shampo merek clear agar minat pembelian dapat meningkat ada beberapa faktor yang kuat dipercaya dapat meningkatkan minat beli produk shampo merek clear, yaitu :

Faktor yang pertama diduga mempengaruhi minat beli adalah Kualitas Produk. Menurut ((Kotler & Keller 2016)) kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta fitur dari sebuah produk barang maupun jasa yang mempunyai keahlian untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen. Kualitas produk menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk menentukan apakah barang tersebut layak untuk dibeli atau tidak. salah satu hal yang sebagai pertimbangan konsumen dalam menimbulkan minat pada pembelian suatu produk yaitu salah satunya tentang bagaimana kualitas suatu produk tersebut. Jika kualitas yang dimiliki suatu produk dinilai baik oleh konsumen, maka konsumen tersebut akan terdorong minatnya untuk membeli produk tersebut. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian (Wijayasari, 2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai dampak positif serta signifikan terhadap minat beli dan dengan begitu semakin baik kualitas suatu produk memberikan pengaruh terhadap minat membeli. Hal tersebut selaras dengan penelitian ((Arusetyo 2018)) bahwa semakin berkualitas suatu produk, maka semakin tinggi minat beli konsumen dan begitu pun sebaliknya.

Faktor yang ke dua diduga mempengaruhi minat beli adalah Harga. harga adalah berapa banyak uang yang dikenakan untuk suatu barang atau jasa atau berapa banyak nilai yang diperdagangkan oleh pembeli untuk dapat memperoleh keuntungan dari penggunaan suatu barang atau jasa. Saat melakukan pembelian, harga menjadi salah satu faktor karena konsumen sangat mengharapkan kualitas produk yang mereka beli sebanding dengan uang yang dikeluarkan. Harga barang yang sederhana atau mahal sangat relatif. Dengan demikian, sistem penilaian yang tepat adalah nilai yang sesuai dengan sifat barang dari suatu barang sehingga menjadi insentif bagi pelanggan. Terlihat biaya berubah menjadi penilaian pembeli tentang pemeriksaan apa yang akan didapat dari produk dan layanan. Semakin tinggi kesan pembeli terhadap harga suatu barang, semakin tinggi harapan pembelian untuk membeli barang tersebut. Hasil penelitian mendukung hal

tersebut. (Purnomo 2016) hasil penelitiannya mengemukakan bahwa Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal tersebut selaras dengan penelitian (Lien, 2015) hasil penelitiannya mengemukakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Faktor yang ke tiga diduga mempengaruhi minat beli adalah *Brand Image*. *Brand Image* umumnya didefinisikan segala hal yang berkaitan dengan merek yang ada di benak ingatan konsumen. *Brand image* yang baik dimata konsumen akan menjadikan prestasi dan faktor keberlangsungan hidup perusahaan. Menurut ((Suryani 2013)) *brand image* memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Konsumen yang mempunyai citra positif terhadap suatu merek cenderung memiliki minat yang tinggi untuk membeli produk tersebut. *Brand image* scarlett sudah mulai tertanam dalam pemikiran masyarakat. Perusahaan scarlett akan tetap menjaga *brand image* tersebut. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian ((Fauziah 2019)), hasil penelitian mengemukakan bahwa *Brand Image* yang terdiri dari citra konsumen, citra produk dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Hal tersebut selaras dengan penelitian (Mahmudah, 2018) , hasil mengemukakan bahwa *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul penelitian ini adalah: **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Shampo Merek Clear (Studi Pada Remaja Karang Taruna Kecamatan Cilodong Kota Depok)**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli produk shampo clear pada generasi z Kecamatan Cilodong Kota Depok?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli produk shampo clear pada generasi z Kecamatan Cilodong Kota Depok?
3. Apakah brand image berpengaruh terhadap minat beli produk shampo clear pada generasi z Kecamatan Cilodong Kota Depok?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis kualitas produk shampo clear terhadap minat beli !
2. Untuk menganalisis harga produk shampo clear terhadap minat beli !
3. Untuk Menganalisis *brand image* produk shampo clear terhadap minat beli!

D. Kegunaan Penelitian

A. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dapat menjadi suatu kegunaan terhadap masyarakat dalam Minat beli pemakaian produk shampo clear dalam kehidupan sehari-hari

B. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen sumber daya manusia dan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau perbandingan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Kualitas produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Minat beli produk shampo merek clear.

C. Bagi Penulis

Penelitian ini sangat bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan menulis serta menambah wawasan dan pengalaman mengenai teori kualitas produk, Harga, Brand Image, dan Minat Beli.