

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modern pada masa kini, Perubahan dan kemajuan jaman mengakibatkan masyarakat semakin memperdulikan penampilan. Penampilan selalu menjadi kebutuhan penting masyarakat saat ini. Setiap manusia tentunya ingin mempunyai kulit yang sehat dan bersih. Saat ini produk kecantikan menjadi kebutuhan yang wajib dipenuhi. Salah satu cara untuk mencintai diri sendiri bisa dilakukan dengan merawat tubuh kita. Pada periode saat ini usaha selalu mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan, terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan yang berdiri. Semakin banyaknya persaingan antara perusahaan satu dengan perusahaan lain yang memproduksinya. Hal ini memberikan dorongan bagi banyak perusahaan untuk terlibat dalam persaingan ketat saat menyediakan dan memasarkan barang. (Puspita, 2022).

Industri yang mengalami persaingan ketat salah satunya yaitu di bidang *Bodycare* mengingat produk ini termasuk yang di butuhkan semua orang tanpa terkecuali (Evi Kurniawati, et.al. 2017), baik laki-laki maupun perempuan membutuhkan nutrisi untuk kulitnya supaya tetap sehat dan terawat, serta menjaganya dari paparan tabir surya dan *Body Lotion* dapat membantu menghilangkan flek pada kulit (Intania Selma,et.al. 2020) Skincare yang dibutuhkan oleh konsumen salah satunya yaitu *Body Lotion*, bagi setiap orang *Body Lotion* adalah salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi.

Terdapat berbagai varian dan jenis *Body Lotion* yang beredar di pasaran sehingga membuat perusahaan saling bersaing dengan ketat di dalam industry perawatan tubuh terutama produk *Body Lotion*. Sedangkan untuk dapat mengetahui beberapa merek *Body Lotion* yang banyak dikenal oleh masyarakat. Survei ini dilakukan untuk mengetahui data *TOP Brand Index* yang nantinya akan di oleh guna mengetahui data *TOP Brand Index Award* ataupun merek yang menjadipilihan bagi konsumen.

Tabel 1.1
Top Brand Award 2019-2023 Kategori Hand and Body Lotion

Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
Citra	38.30	31.50	29.10	29.60	29.70
Vaseline	19.70	11.80	14.80	16.50	17.10
Marina	17.80	22.40	16.20	13.60	15.90
Nivea	6.20	5.40	8.80	8.90	7.20
Body Shop	-	-	5.60	3.70	3.20

Sumber : Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwasanya pada tahun 2019 dengan presentase penjualan sebanyak 17.8%, pada tahun 2020 sebanyak 22.4%, pada tahun 2021 presentase sebanyak 16.2%, pada tahun 2022 sebanyak 13.6%, sedangkan tahun 2023 presentase sebanyak 15.9%. Hal ini menunjukkan bahwasanya produk *Body Lotion* Marina mengalami peningkatan dan penurunan. Dengan adanya penurunan menandakan bahwa keputusan pembelian pada produk *body lotion* Marina belum menjadi pilihan utama dalam benak konsumen *body lotion*, Sementara itu persaingan produk *Hand & Body Lotion* semakin ketat. Berdasarkan hasil riset diatas Produk *Body Lotion* yang paling banyak digunakan yaitu Citra, lalu Vaseline dan disusul oleh Marina. Marina yang berhasil menduduki peringkat ketiga dengan jumlah penggunaan produk *Body Lotion*.

Daya tarik promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Susilo et al., 2017). Hal ini diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Katrin et al, 2016), yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi promosi perusahaan maka semakin besar pula keputusan pembeli konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini berarti memegang peranan penting dalam menarik preferensi konsumen. Kegiatan dalam promosi, yaitu memberikan program pemasaran kepada konsumen. Daya tarik promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk,

dan mengingatkan konsumen tentang merek dan produk perusahaan (Tjiptono & Diana, 2015).

Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini di dukung oleh hasil penelitian terdahulu yang di lakukan oleh (Oktafalia Marisa, Tahun 2019). Dalam penelitian tersebut diteliti faktor *brand image* yang memiliki pengaruh keputusan pembelian. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa secara persial hanya faktor *brand image* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kembali, hal ini sejalan dengan praduga awal dari penelitian ini bahwa konsumen akan senantiasa berusaha memenuhi gaya hidup mereka. Citra Merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian karena kaitannya begitu erat dan berkesinambungan serta tidak bisa di pisahkan. Semakin baik *brand image* yang di buat, maka konsumen akan lebih melirik produk dan jasa yang di tawarkan.

Kualitas produk dapat diartikan sebagai karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang tergantung pada pemanfaatan atau sebuah kemampuan produk guna memuaskan kebutuhan pelanggannya yang dinyatakan atau yang di implikasikan menurut (Kotler et al., 2016 : 37). Teori ini dibuktikan dengan hasil penelitian terdahulu (Selvia et al, 2022) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Kualitas produk sangat digemari oleh para konsumen karena apabila memiliki kualitas produk yang bagus dan menjadi nilai lebih bagi komsumen untuk membeli sebuah produk dan menjadi faktor utama bagi perusahaan untuk menarik konsumen membeli produk yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut.

Menurut Kotler (2012:207), Keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana konsumen membuat preferensi diantara merek-merek yang berada di pasar dan memutuskan untuk membeli produk mana yang akan dipilih dari merek-merek yang ada. Dengan kata lain, untuk membuat seseorang dapat membuat keputusan haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan pembelian memiliki peranan yang sangat penting karna dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan dalam meningkatkan produk yang dipasarkan. Konsumen biasanya sebelum melakukan keputusan pembelian perlu

mempertimbangkan dan memperhitungkan alternatif pada suatu produk. Bagi pembeli, merek bermanfaat untuk menciptakan mutu suatu produk dan dapat memberi perhatian terhadap produk baru. Konsumen menganggap merek yang terkenal dipasaran lebih aman dibandingkan merek yang kurang populer dipasaran, karena merek yang populer dipasaran memberikan informasi yang lebih lengkap dari pada merek yang kurang populer dipasaran. Keputusan konsumen sangat dipengaruhi oleh keputusan seseorang terhadap merek tertentu. Selanjutnya keputusan ini dapat membentuk citra merek dan produk dan orang yang berbuat sesuai dengan keputusannya. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (Setiadi, 2013).

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk menguji pengaruh yang terjadi antar variabel menggunakan judul **“Pengaruh Daya Tarik Promosi, Citra Merek Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Body Lotion* Marina Di Kota Depok”**.

B. Rumusan Masalah

Latar Belakang dan Data yang sudah di jelaskan sebelumnya mengenai jumlah penggunaan Produk *Body Lotion* Marina, menunjukkan terdapatnya masalah yaitu kurangnya yang menggunakan Produk *Body Lotion* Marina di Kota Depok.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti ini mengajukan masalah penelitian tentang bagaimana meningkatkan pilihan pembelian untuk body lotion Marina. Pertanyaan penelitian tersebut disusun sebagai berikut:

1. Apakah Daya Tarik Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Body Lotion* Marina Di Kota Depok?
2. Apakah Citra Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Body Lotion* Marina Di Kota Depok?
3. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Body Lotion* Marina Di Kota Depok?

C. Tujuan Dan Penggunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang tertera diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Body Lotion* Marina Di Kota Depok
- b. Untuk Menganalisis Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Body Lotion* Marina Di Kota Depok
- c. Untuk Menganalisis Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Body Lotion* Marina Di Kota Depok

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana pembelajaran dan penerapan teori selama menempuh mata kuliah jurusan Manajemen Pemasaran, khususnya Materi Manajemen Pemasaran, materinya meliputi Teori Pengaruh Daya Tarik Promosi, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Selain itu, peneliti berharap bahwa penelitian ini akan membantu memperluas dalam bidang pemasaran.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan semoga bermanfaat sebagai informasi dalam pengambilan keputusan pengaruh Daya Tarik Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk Marina bagi perusahaan di masa mendatang.