

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri krim pemutih di Indonesia ditandai dengan hadirnya berbagai jenis dan merek krim pemutih dalam kemasan yang beredar di pasar. Persaingan yang ketat ini mendorong para pengelola perusahaan penghasil produk krim pemutih untuk dapat berpikir secara kreatif dan inovatif agar selalu memberikan diferensiasi, serta keunggulan bagi produknya dibandingkan dengan para pesaingnya.

Terlebih lagi di dalam globalisasi, perusahaan juga dituntut untuk bersaing secara cermat dan tanggap dalam melihat peluang, acaman, tantangan, hambatan, dan gangguan baik itu perusahaan dalam posisi pemimpin pasar, maupun pengikutnya. Perusahaan dituntut tidak hanya sekedar mengembangkan produk yang baik, dan menawarkan dengan harga yang menarik. Perusahaan juga perlu mengembangkan promosi pemasaran yang efektif terutama kepada para konsumen. Promosi yang efektif disini yaitu iklan. Dalam hal ini, fungsi pemasaran memang memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan semua aktifitas yang berhubungan dengan arus barang dan jasa sejak dari produsen sampai konsumen akhir.

Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk. Keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian dari masyarakat sekitar yang membeli tidak hanya satu produk saja. Tuntutan

permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk mereka demi mempertahankan *Brand Image* (citra merek) produk yang mereka miliki. Citra terhadap merek mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian. Karena konsumen yang mempunyai citra positif terhadap suatu merek cenderung memilih merek tersebut dalam pembelian.

Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam pemasaran karena melalui komunikasi pemasaran yang tepat konsumen akan mengenal dan terpengaruh untuk membeli produk. Banyak cara yang dilakukan perusahaan untuk menarik dan mempertahankan konsumen yang sewaktu-waktu dapat beralih pada produk merek lain. Konsep yang secara umum sering digunakan untuk menyampaikan pesan adalah apa yang disebut sebagai bauran promosi (*promotional mix*) yang salah satunya adalah iklan.

Suatu iklan yang baik harus dibuat sedemikian rupa agar dapat menarik daya niat beli konsumen. Semakin baik iklan suatu produk maka diharapkan akan semakin tinggi keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut. Tujuannya untuk mendapatkan respon atau aksi dari konsumen melalui iklan media massa dan berniat untuk membeli produk yang dipasarkan. Perusahaan lain mungkin bertujuan untuk lebih mengembangkan kesadaran itu ingin membentuk suatu citra posisi dalam jangka panjang bagi barang atau jasa yang dihasilkan.

Kelebihan produk di pasar juga dipengaruhi oleh kualitas produk. Kualitas produk yang baik akan diminati konsumen menurut Tony Wijaya (2011 : 13)

adalah produk yang memenuhi harapan pelanggan. Produk harus memiliki tingkat kualitas tertentu karena produk dibuat untuk memenuhi selera konsumen atau memuaskan pemakaiannya. Beberapa istilah yang dianggap sebagai definisi kualitas misalnya keandalan, kelayakan pakai, pelayanan yang memuaskan, dan kemudahan pemiliharaanya.

Krim Ponds ditemukan di Amerika Serikat sebagai obat oleh ilmuwan Theron T. Pond pada tahun 1846. Ponds mengambil sari pati teh penyembuh dari witch hazel, dan mendapati bahwa sari pati tersebut dapat menyembuhkan goresan kecil dan penyakit lain. Pada tahun 1886, Ponds diluncurkan kembali sebagai Ponds Extract dan pada tahun 1914 Ponds Cold Cream dan Vanishing Cream menandai evolusi merek menjadi lambang (ikon) kecantikan. Berdasarkan Survey Tob Brand, Ponds mengalami penurunan persentase dari tahun ke tahun, terhitung dari tahun 2012 sampai 2014 (www.unilever.co.id diakses tanggal 26 mei 2015). Berikut Tabel 1.1 mengujikan data hasil penelitian pada Krim Pemutih Ponds menurut Top Brand Index:

Tabel 1.1
TOP BRAND INDEX KATEGORI KRIM PEMUTIH PONDS

Merek	2012	2013	2014
Ponds	53,1 %	48,8 %	45,3 %
Citra White	14,2 %	17,2 %	15,3 %
Garnier	2,8 %	6,7 %	7,1 %
Nivea	2,5 %	4,8 %	4,3 %

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

Jika dilihat dari Tabel 1.1 terjadi penurunan persentase index per tahun, maka dapat diartikan bahwa penjualan Ponds mengalami masalah. Pada tahun 2012 sebesar 53,1%, tahun 2013 sebesar 48,8%, tahun 2014 sebesar 45,3%. Walaupun penurunan tersebut tidak terlalu besar tetapi hal tersebut akan merugikan pihak Ponds itu sendiri. Selain adanya penurunan dari Top Brand Index, adapula isu mengenai krim pemutih Ponds yang menggunakan bahan kimia berbahaya yaitu merkuri. Karena dengan adanya bahan kimia merkuri dapat menyebabkan iritasi, panas dan kemerahan. Hal ini tidak terlepas dari kondisi kulit dari masing-masing pengguna (www.101kesehatan.blogspot.com diakses tanggal 26 Mei 2015). Selain itu juga terdapat keluhan dari pengguna yang mengalami kulit wajah menipis karena menggunakan krim pemutih Ponds. Keluhan tersebut tidak langsung dirasakan oleh pengguna tetapi dalam jangka waktu yang cukup lama (www.drandini.wordpress.com diakses tanggal 26 Mei 2015). Dengan adanya masalah tersebut jika tidak direspon positif oleh produsen, maka akan membuat kerugian untuk krim pemutih Ponds. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Krim Pemutih Ponds di Surabaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan di atas secara rinci masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli krim pemutih Ponds di Surabaya?

2. Apakah iklan berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli krim pemutih Ponds di Surabaya?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli krim pemutih Ponds di Surabaya?
4. Apakah citra merek, iklan, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli krim pemutih Ponds di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisis citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli krim pemutih Ponds di Surabaya.
2. Untuk menguji dan menganalisis iklan berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli krim pemutih Ponds di Surabaya.
3. Untuk menguji dan menganalisis kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli krim pemutih Ponds di Surabaya.
4. Untuk menguji dan menganalisis citra merek, iklan, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli krim pemutih Ponds di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

a. Perusahaan

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan mengenai faktor-faktor yang mendasari konsumen untuk selalu membeli, sehingga perusahaan tersebut dapat menggunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penyusunan strategi pemasaran yang tepat pada masa yang akan datang.

b. Peneliti

Penelitian ini diharapkan untuk menerapkan teori yang telah didapat dari perkuliahan dan untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh citra merek, iklan dan kualitas produk terhadap perilaku pembelian konsumen pada produk krim pemutih Ponds di Surabaya.

c. Peneliti Lain

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat digunakan sebagai studi banding oleh peneliti lain yang ingin meneliti masalah yang sama, guna meningkatkan wawasan dan pola pikir sehingga akan membantu untuk mempercepat dan melengkapi penelitian yang diperlukan selanjutnya.

d. STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi perpustakaan STIE PERBANAS Surabaya dan kelak jika ada peneliti membahas pengaruh citra merek, iklan dan kualitas produk terhadap perilaku pembelian konsumen pada produk krim pemutih Ponds di Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar dibagi kedalam tiga bab, dimana setiap bab dibagi menjadi sub-sub bab berisi uraian yang mendukung isi secara sistematis dari setiap bab secara keseluruhan. Adapun sistematika skripsi ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan secara umum materi-materi yang akan dibahas, yaitu: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian; batasan penelitian, identifikasi variable, definisi operasional dan pengukuran variabel; populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrument penelitian, data dan metode pengumpulan data: uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian serta yang terakhir adalah teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini menguraikan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan dari hasil uji yang sudah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran dari peneliti untuk pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.