BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dimasa pandemi kebersihan merupakan salah satu faktor utama untuk mencegah penularan COVID-19. COVID-19 merupakan penyakit yang disebabkan oleh adanya virus corona, virus tersebut memiliki tingkat penularan yang tinggi. Virus ini sangat berbahaya sehingga diwajibkan menjaga kebersihan. Salah satu cara untuk mencegah virus ini dengan cara rutin membersihkan lingkungan rumah dan menjaga kebersihan diri. Selain itu menjaga kebersihan tangan merupakan salah satu upaya untuk melawan penyebaran virus.

Tangan merupakan bagian tubuh yang sering digunakan untuk beraktivitas sehingga dapat dengan mudah ditempati oleh bakteri. Cuci tangan dengan menggunakan air dan sabun adalah cara untuk pencegahan penularan COVID-19. Sebelum melakukan aktivitas pada masa pandemi ini diwajibkan untuk mencuci tangan terlebih dahulu. Tapi tidak disemua tempat menyediakan tempat cuci tangan. Oleh karena itu *hand sanitizer* dapat digunakan sebagai alternativ pengganti cuci tangan dengan air dan sabun apabila sedang tidak ada tempat untuk cuci tangan.

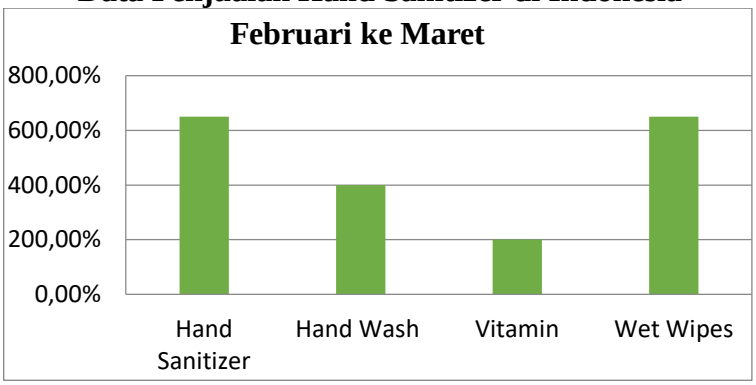
Hand Sanitizer adalah cairan pembersih tangan yang digunakan untuk membunuh kuman pada tangan. *Hand sanitizer* mengandung bahan aktif alkohol sebesar 60%. Alkohol banyak digunakan sebagai antiseptic untuk permukaan kulit yang berfungsi untuk membunuh kuman ditangan. Dengan adanya *hand sanitizer* akan memudahkan masyarakat pada saat melakukan aktivitas diluar rumah.

Dettol merupakan salah satu merek *hand sanitizer*. Dettol menjadi sangat populer di masa pandemi seperti ini karena masyarakat banyak yang mencari produk tersebut. Dettol dikenal sebagai *hand sanitizer* yang ampuh untuk membunuh kuman ditangan. Harga yang ditawarkan untuk *hand sanitizer* cukup murah sesuai dengan kualitas yang akan didapatkan konsumen. *Hand sanitizer* Dettol dapat dengan mudah dibawa. Karena memiliki ukuran yang sesuai dapat dimasukkan kedalam tas. Sehingga pada masa pandemi seperti ini *hand sanitizer* Dettol dapat sangat membantu masyarakat. Pada saat melakukan aktivitas diluar rumah disarankan pemerintah untuk membawa *hand sanitizer* dengan tujuan untuk mengantisipasi terjadinya penularan virus COVID-19.

Sejumlah pusat perbelanjaan di Semarang pada masa pandemi seperti ini mulai menjual *hand sanitizer*. Selain itu pusat perbelanjaan menambahkan stock *hand sanitizer* dalam jumlah lebih banyak. Sejak awal penyebaran COVID-19 di Indonesia penjualan *hand sanitizer* semakin meningkat pesat. Permintaan *hand sanitizer* terus meningkat menyebabkan persediaan di pusat perbelanjaan semakin langka. Banyak masyarakat yang panik karena COVID-19 sehingga membeli *hand sanitizer* dengan jumlah yang banyak.

Masyarakat akan memborong *hand sanitizer* pada saat awal penyebaran COVID-19. Sehingga *hand sanitizer* menjadi langka. Selain itu harga *hand sanitizer* melonjak menjadi sangat mahal pada saat pandemi. Hal ini menyebabkan *hand sanitizer* menjadi barang yang sangat berharga. Karena banyak dicari oleh masyarakat. Berikut merupakan data penjualan *hand sanitizer* di Indonesia:

Gambar 1.1
Data Penjualan Hand Sanitizer di Indonesia



Sumber: Statistik Penjualan Hand Sanitizer Detik, 2020

Berdasarkan gambar 1.1 data penjualan *hand sanitizer* di Indonesia diatas maka dapat dilihat bahwa penjualan *hand sanitizer* semakin meningkat dari bulan februari hingga sekarang. Peningkatan yang cukup signifikan terjadi antara hand sanitizer dengan *wet wipes.* Pada data di atas dapat dilihat bahwa penjualan hand sanitizer setara dengan penjualan wet wipes. Peningkatan permintaan mengakibatkan ketidak stabilan harga. Dikutip dari Detik.com pada bulan Februari hingga bulan Maret penjualan meningkat sebesar 500% (Detik.com, 2020).

Peningkatan penjualan semakin tinggi dari bulan awal terjadinya wabah corona hingga sekarang. Meningkatnya daya tarik *hand sanitizer* karena wabah Corona ini mengakibatkan naiknya harga *hand sanitizer*. Giant BSB merupakan salah satu supermarket yang menjual *hand sanitizer* dengan harga normal, sehingga masyarakat terus datang untuk membelinya. Supermarket Giant dilaporakan masih menjual *hand sanitizer* dengan harga normal tetapi menerapkan sistem pembahatasan jumlah pembelian setiap orang (Sinar harapan, 2020).

Memasuki era milenial seperti ini produsen dihadapkan pada persaingan untuk meraih dominasi merek. Dalam keadaan ini perusahaan ditantang untuk lebih berperan aktif dalam memasarkan produk agar dapat diterima dimasyarakat. Pemasaran modern memerlukan inovasi baru untuk mengembangkan produk dengan harga yang menarik sehingga mudah didapatkan oleh konsumen. Merek yang lebih dikenal dikalangan masyarakat akan lebih banyak diminati konsumen.

Faktor utama yang diduga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli sebuah produk adalah Merek. Bagi sebagian konsumen citra merek memang menjadi hal yang diperhatikan. Terdapat beberapa konsumen yang sangat mempertimbangkan merek ketika berbelanja. Dengan adanya citra merek konsumen pada saat membeli sebuah produk akan memilih citra merek yang paling populer. Produk yang memiliki citra baik dimasyarakat dan populer akan membuat konsumen yakin untuk membeli produk tersebut. Hal ini dapat dilihat ketika sebuah perusahaan yang sudah terkenal memproduksi produk baru. Biasanya produk tersebut akan lebih mudah diterima oleh konsumen. Berbeda dengan produk yang diproduksi oleh perusahaan yang kurang terkenal. Biasanya konsumen akan menanyakan produk tersebut dan merasa kurang tertarik.

Menurut Keller (1993) citra merek adalah sesuatu yang muncul dibenak dan ingatan konsumen setiap kali mendengar nama sebuah merek ketika disebutkan. Konsumen akan merasa percaya dengan produk yang memiliki citra merek baik. Sehingga citra merek merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan. *Hand santizer* Dettol dikenal dengan citra yang baik di masyarakat. Masyarakat percaya bahwa hand sanitizer Dettol mampu memberikan manfaat

bagi penggunanya. Sehingga produk yang mereka keluarkan akan diterima baik dimasyarakat. Setelah mempertahankan citra merek, perusahaan akan meningkatkan kualitas produk. Selain citra merek, kualitas produk menjadi salah satu faktor yang diduga mempengaruhi minat beli konsumen.

Produk yang dibuat dengan memperhatikan standar kualitas tinggi maka produk tersebut dianggap memiliki kualitas yang tidak perlu diragukan. Produk akan dikatakan berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik yang terdapat didalam produk produk atau layanan yang memiliki fungsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Chavan, 2003). Totalitas fitur pada *hand sanitizer* Dettol dapat diartikan sebagai bagaimana kinerja *hand sanitizer* ketika membunuh kuman. *Hand sanitizer* Dettol dikenal dengan kinerja membunuh kuman secara cepat karena terdapat alcohol didalam produknya.

Kualitas produk dapat diartikan sebagai cara produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang dianggap berkualitas sudah pasti akan dicari dan banyak diminati oleh konsumen. Dengan begitu perusahaan diharuskan memperhatikan kualitas suatu produk yang mereka keluarkan. Kualitas dapat dijadikan acuan untuk membuat konsumen percaya pada suatu produk. Kualitas produk *hand sanitizer* Dettol harus terus dijaga kebersihanya ketika diproduksi. Hal ini dikarenakan hand sanitizer Dettol antiseptik yang digunakan untuk membasmi kuman.

Selain memperhatikan kualitas produk perusahaan harus membuat konsumen merasa aman pada saat menggunakan produk. salah satunya dengan mencantumkan keterangan halal dan BPOM. Hal tersebut akan membuat konsumen akan merasa aman dan percaya terhadap produk yang mereka gunakan. Dengan adanya label halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) dan keterangan dari BPOM artinya produk tersebut sudah lolos masa pengujiannya. Produk akan aman digunakan oleh konsumen dan dapat diperjual belikan. Sehingga konsumen tidak perlu ragu karena produk memiliki label halal dan sudah ber BPOM.

Kualitas suatu produk harus sesuai dengan harga yang dikeluarkan oleh konsumen. Apabila kualitas produk tidak sesuai dengan uang yang konsumen keluarkan akan menyebabkan konsumen tidak akan membeli produk tersebut. Persepsi harga merupakan salah satu faktor yang diduga mempengaruhi minat beli konsumen. Harga produk yang tinggi akan dipersepsikan konsumen bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang bagus.

Strategi penentuan harga menjadi hal yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan. Perusahaan dapat menentukan harga dari harga rendah, sedang hingga tinggi. Pesepsi harga yang ditentukan tentunya harus sama dengan kualitas yang dimiliki produk. Persepsi harga adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

Terdapat berbagai penelitian yang berkaitan antara pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga Citra merek terhadap minat beli. Salah

satunya penelitian yang dilakukan oleh Miki Ambarwati, dkk (2015) yang menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli. Hal tersebut dikuatkan oleh penelitian itu yang dilakukan oleh Mazair dan Yaseen (2019) menyatakan bahwa citra merek menjadi predictor terkuat terhadap minat beli, artinya citra merek menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap minat beli. Tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh E. Desi Arista dan Sri (2011), yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli.

Penelitian pengaruh kualitas produk terhadap minat beli yang dilakukan oleh Ruri dan Hendra (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Penelitian itu didukung oleh penelitian yang dilakukan Luciana (2019) yang berjudul "*Influence of Product Quality and Brand Equity on Buying Interest in Zoya Product in Botique*" yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nico dan Donant (2019), yang menyebutkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Penelitian pengaruh persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli yang dilakukan oleh Julia Retnowulan (2017) yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Tetapi terdapat penelitian yang menyatakan berbeda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Aptaguna dan Pitaloka (2016), yang menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Didalam penelitian ini menggunakan *hand sanitizer* merek Dettol sebagai objek penelitian. Alasan peneliti memilih judul ini karena pada masa pandemi seperti sekarang ini *hand sanitizer* merupakan produk yang sedang dicari oleh konsumen. Selain itu belum terdapat penelitian yang menggunakan *hand sanitizer* Dettol sebagai objek dalam penelitian sebelumnya.

Fenomena ini menarik untuk dikaji dengan adanya permasalaahan dan *research gap* hasil penelitian terdahulu. Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga dinilai penting dalam minat beli pada sebuah produk. Berdasarkan hal tersebut, maka analisis mengenai minat beli konsumen sangat penting dilakukan oleh produsen *Hand Sanitizer*. Dengan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli *Hand Sanitizer* Dettol" (Studi kasus pada pelanggan supermarket Giant BSB)".**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli *hand sanitizer* Dettol?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli *hand sanitizer* Dettol?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli *hand sanitizer* Dettol?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti membatasi masalah dengan variabel independen yaitu citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga. Sedangkan variabel dependen yaitu minat beli.
2. Pembahasan didalam penelitian ini berfokus pada minat beli *Hand Sanitizer* Dettol.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan infomasi dan menjawab rumusan masalah diatas. Tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap minat beli *hand sanitizer* Dettol.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli *hand sanitizer* Dettol.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap minat beli *hand sanitizer* Dettol.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat bagi pembaca, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi kajian teori manajemen pemasaran yang berkaitan dengan citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli *hand sanitizer* Dettol.
2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi yang berkaitan dengan pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat beli *hand sanitizer* Dettol.