

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan didunia usaha semakin kompetitif yang menyebabkan pergeseran-pergeseran, baik pada produk itu sendiri maupun pada keinginan konsumen. Semakin banyaknya produk yang sejenis dipasarkan akan memberikan banyak pilihan bagi konsumen. Hal tersebut akan memberikan ancaman bagi produk-produk yang sudah ada. Kejelian perusahaan dalam menyikapi dan menghadapi keadaan tersebut sangat diperlukan guna memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap konsumen dalam mempertahankan segmentasi pasar atau memperluas jangkauan pasar.

Pentingnya usaha untuk menciptakan dan membina hubungan antara perusahaan dengan pelanggan diharapkan dapat membawa perusahaan dalam mencapai tujuannya, sebab pelanggan merupakan sumber keuntungan bagi perusahaan itu sendiri. Dalam perkembangannya perilaku konsumen juga mengalami perubahan-perubahan yang sangat mendasar seiring dengan perkembangan zaman. Cita rasa dan kebutuhan produk serta permintaan untuk mendapatkan pelayanan yang semakin meningkat dan bervariasi dengan daya kritis yang tinggi dari konsumen itu sendiri.

Menghadapi tuntutan yang semakin beraneka ragam tersebut, perusahaan dituntut untuk menawarkan kepuasan yang memenuhi harapan atau bahkan melampauinya. Perusahaan diharuskan menerjemahkan kepuasan pelanggan itu dengan ukuran dari pelanggan bukan dari ukuran manajemen

perusahaan. Disisi lain perusahaan juga harus mengantisipasi ancaman dari pesaing-pesaing yang mungkin melakukan hal yang sama atau bahkan melampaui apa yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

Pada dasarnya konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal dalam melakukan pembelian. Untuk menganalisa dan meneliti loyalitas konsumen yang dikaitkan dengan kesetiaan pembelian produk pembersih muka Garnier, terlebih dahulu harus diketahui, apa yang menjadi keinginan konsumen dalam membeli. Sedangkan dalam diri individu konsumen terdapat proses untuk mengadakan pemilihan berdasarkan apa yang didengar, dilihat dan dirasakan. hal ini tergantung dari lingkungan dimana konsumen itu berada.

Perusahaan memberikan kebijaksanaan agar kepuasan konsumen tetap terjaga. Karena kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap daya beli suatu produk. Jika konsumen puas terhadap produk, konsumen akan memuji sehingga menjadi iklan yang efektif. Namun sebaliknya jika konsumen tidak puas otomatis akan mencela, sehingga besar kemungkinan beralih ke produk lain pada gilirannya tidak loyal. Seorang konsumen dikatakan loyal apabila ia mempunyai suatu komitmen yang kuat untuk menggunakan atau membeli lagi secara rutin sebuah produk atau jasa. Bagaimana cara membentuk loyalitas - tentunya harus dimulai dengan memberikan kualitas produk atau jasa yang unggul atau superior, sehingga konsumen merasa puas dengan pengalaman mengkonsumsinya. Kepuasan terhadap produk atau jasa adalah modal utama pembentukan loyalitas.

Fenomena yang terlihat adalah begitu besarnya pelanggan membeli suatu produk untuk memenuhi gaya hidup baru sebagai bagian dari

pembentukan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen sebagian besar dipengaruhi oleh merek, yang mengakibatkan konsumen membeli suatu produk.

Membangun merek memerlukan investasi yang sangat besar dan sama sulitnya dengan membesarkan perusahaan. Bila merek sudah melekat dalam benak konsumen, maka akan timbul persepsi bahwa merek tersebut memiliki nilai yang tinggi dan dapat membuat konsumen merasa puas serta akan menjadikan kesetiaan terhadap produk.

Dimasyarakat banyak dijumpai berbagai macam merek pembersih muka, salah satu yang paling dikenal adalah merek dagang Garnier. Loyalitas konsumen terhadap merek Garnier dapat terwujud jika kualitas produk yang ditawarkan sangat baik. Kualitas sangat menentukan loyalitas konsumen terhadap pemilihan produk pembersih muka.

Disamping kualitas, faktor-faktor yang terkandung didalam pencapaian loyalitas konsumen adalah merek, dan harga. Sehingga pembersih muka Garnier dapat bersaing dengan produk pembersih muka merek lain yang ada dipasaran.

Dalam melihat latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul ANALISIS PENGARUH KUALITAS, HARGA DAN MEREK PEMBERSIH MUKA “GARNIER” TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Sebuah Studidi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas, harga, dan merek terhadap kepuasan konsumen?
2. Dari berbagai variabel yang diteliti yaitu kualitas, harga, dan merek, variabel mana yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh kualitas, harga, dan merek terhadap kepuasan konsumen.
2. Menganalisis variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan mampu membuktikan bahwa kualitas, merek dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang optimal sebagai sumbangan keilmuan tentang pelayanan dan sebagai bahan referensi dalam bidang manajemen pemasaran.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak manajemen sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pemasaran yang berkaitan dengan kualitas, harga dan merek.

## **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulis menyusun skripsi ini dengan menggunakan sistematika yang sederhana dengan maksud agar lebih mudah menerangkan segala permasalahan menjadi terarah pada sasaran.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang menjadi landasan dari penelitian, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, data dan sumber data, populasi, sampel, dan teknik sampling, metode pengumpulan

data, definisi operasional dan pengukuran variabel, uji instrumen dan metode analisis data.

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi gambaran umum mengenai obyek penelitian, hasil analisis data dan pembahasannya dengan pembuktian hipotesis penelitian.

#### **BAB V PENUTUP**

Penutup berisi simpulan dari serangkaian pembahasan skripsi dan saran-saran yang perlu untuk disampaikan baik untuk subyek penelitian maupun bagi penelitian selanjutnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**