BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini kian kompetitif, perusahaan saling bersaing dalam memperebutkan dan mempertahankan konsumen. Banyaknya produk-produk inovatif secara terus menerus dalam waktu yang singkat menuntut perusahaan untuk berupaya mengembangkan produk-produknya agar tidak tertinggal dari para kompetitornya. Hal ini menuntut perusahaan untuk mengikuti perkembangan yang terjadi dan mengembangkan inovasi agar tetap unggul di pasar persaingan yang ketat sehingga dapat menarik dan meningkatkan selera konsumen dalam melakukan kegiatan berbelanja. Selain itu hal tersebut juga dilakukan agar konsumen tetap setia menggunakan produk perusahaan dengan adanya kualitas produk yang baik serta inovasi-inovasi untuk memenuhi kebutuhan para konsumen yang berbeda-beda. Salah satu produk yang banyak digunakan saat ini adalah pasta gigi.

Pasta gigi merupakan kebutuhan utama dari manusia dalam menjaga kebersihan dan kesehatan gigi dan mulut. Kebutuhan pada kesehatan pasta gigi merupakan kebutuhan pokok bagi masyarakat saat ini. Peningkatan konsumsi pasta gigi, selain disebabkan oleh pertumbuhan jumlah penduduk juga ditunjang oleh faktor semakin meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan gigi dan mulut. Meningkatnya kesadaran ini menjadikan peluang industri pasta gigi semakin berkembang.

Berkembangnya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang industri pasta gigi menjadikan persaingan dalam dunia industri pasta gigi semakin ketat. Hal ini menuntut perusahaan-perusahaan pasta gigi untuk menentukan strategi yang tepat guna mempertahankan perusahaan agar tetap bertahan dengan

banyaknya pesaing-pesaing baru yang muncul. Upaya yang dilakukan untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain adalah dengan mengelola sumber daya ekonomi secara optimal. Keinginan konsumen yang kuat secara tidak langsung berdampak pada konsistensi konsumen dalam membeli atau menggunakan produk yang sama. Perilaku konsumen yang loyal terhadap produk timbul setelah membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk yang di pilih. Setelah itu konsumen yang memiliki sikap atau nilai positif terhadap suatu produk cenderung memiliki keinginan yang kuat untuk membeli produk yang sama pada saat sekarang maupun masa mendatang.

Pepsodent merupakan salah satu merek pasta gigi dari berbagai produk pasta gigi keluaran Indonesia sekaligus menjadi pasta gigi tertua yang beredar di pasar Indonesia yaitu sekitar pada tahun 1930-an. Pasta Gigi Pepsodent ini mempunyai beragam varian sesuai dengan karakter penggunaannya yang berorientasi kepada kepentingan konsumen. Produk Pepsodent tidak hanya mengeluarkan produk pasta gigi yang berfungsi menyegarkan nafas dan memutihkan gigi saja, tetapi Pepsodent juga terus berinovasi mengikuti permintaan dari apa yang dibutuhkan oleh gigi konsumen. Karena masing-masing varian yang dikeluarkan oleh pasta gigi Pepsodent memiliki fungsi yang berbeda agar manfaat yang di dapat untuk lebih maksimal. Misalnya seperti Pepsodent pencegah gigi berlubang yang berfungsi sebagai pencegah gigi agar tidak berlubang, Pepsodent *complete* yang berfungsi untuk menjaga kesehatan gusi dan masih ada beberapa varian lainnya.

Selain Pepsodent tentunya banyak produk pasta gigi yang beredar di pasaran, diantaranya, yaitu Close Up, Formula, Ciptadent, Sensodyne dan masih banyak lainnya. Banyaknya merek pasta gigi di pasaran mengakibatkan persaingan yang sangat ketat pada masing-masing merek. Di tengah persaingan tersebut perusahaan harus bisa membangun dan menjaga loyalitas konsumen agar

produk mereka tetap mampu bertahan di pasaran. Kemampuan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan yang semakin ketat tersebut menjadi fenomena yang cukup menarik.

Persaingan produk pasta gigi yang ada dapat dibuktikan dengan data *top brand index* pasta gigi yaitu sebagai berikut:

Tabel I-1
Top Brand Index Pasta Gigi Tahun 2018-2020

Merek	Tahun			Ket
	2018	2019	2020	
Pepsodent	64,6%	68,3%	64,6%	TOP
Close Up	14,5%	10,7%	13,6%	TOP
Ciptadent	5,1%	9,5%	10,1%	
Formula	4,8%	7,2%	4,5%	
Sensodyne	5,2%	1,4%	1,3%	

Sumber: Data Top Brand Award, 2024

Berdasarkan tabel I-1 diatas dari tahun 2018 – 2020 menunjukkan adanya persaingan yang ketat antar produk-produk pasta gigi. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa pasta gigi Pepsodent selalu berada di posisi pertama *top brand index* kategori pasta gigi walaupun dengan presentase yang naik turun setiap tahunnya. Hal tersebut disebabkan oleh semakin banyaknya produk pesaing seperti Close Up, Ciptadent, Formula, dan lain sebagainya. Salah satu produk pasta gigi paling banyak diminati saat ini adalah Pepsodent yang merpakan salah satu produk PT. Unilever yang memiliki nama besar di Indonesia dan sudah dikenal secara global oleh masyarakat. Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa Pepsodent selalu menempati peringkat pertama dalam jajaran Top Brand Index produk Pepsodent di tahun 2018 sampai 2020. Presentase produk Pepsodent dari tahun 2018 sampai 2019 mengalami kenaikan sebesar 3,7 %. Sedangkan presentase produk Pepsodent di tahun 2019 sampai tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 3,7%. Hal ini menunjukkan loyalitas pelanggan terhadap produk pasta gigi Pepsodent mengalami tren kenaikan dari tahun 2018 ke tahun 2019.

Dalam pemasarannya pelanggan dapat membeli produk pasta gigi Pepsodent di beberapa toko di Kecamatan Kebumen seperti Toserba Jadi Baru, Rita Swalayan, Silmi Swalayan, beberapa Alfamart dan Indomaret yang ada di Kecamatan Kebumen, dan lain-lain. Berikut Data Penjualan Pasta Gigi Pepsodent di Alfamart dan Indomaret Alun-Alun Kebumen bulan Januari sampai Agustus 2024.

Tabel I-2
Data Penjualan Pasta Gigi Pepsodent
Bulan Januari – Agustus 2024

No	Pasta Gigi Merek Pepsodent	Jumlah Penjualan di Alfamart Alun-Alun Kebumen	Jumlah Penjualan di Indomaret Alun-Alun Kebumen
1.	Pepsodent Jumbo	1.776	1.680
2.	Pepsodent Action 123 Herbal	1.680	480
3.	Pepsodent Action 123 Complete	1.536	240
4.	Pepsodent Action 123 Whitening	880	720
5.	Pepsodent Complete Siwak	848	240
6.	Pepsodent Ekonomi	392	2.400
7.	Pepsodent Siwak & Habitus	240	2.160

Sumber: Data di olah 2024

Tabel I-2 menunjukkan bahwa data penjualan di Alfamart Alun-Alun Kebumen pada Pepsodent Jumbo merupakan produk Pepsodent yang paling banyak terjual dengan jumlah 1.776, Pepsodent Action 123 Herbal dengan jumlah 1.680, Pepsodent Action 123 Complete dengan jumlah 1.536, Pepsodent Action 123 Whitening dengan jumlah 880, Pepsodent Complete Siwak dengan jumlah 848, Pepsodent Ekonomi dengan jumlah 392, dan Pepsodent Siwak & Habitus dengan jumlah 240.

Data penjualan di Indomaret Alun-Alun Kebumen pada Pepsodent Ekonomi merupakan produk Pepsodent yang paling banyak terjual dengan jumlah 2.400, Pepsodent Siwak & Habitus dengan jumlah 2.160, Pepsodent Jumbo dengan jumlah 1.680, Pepsodent Action 123 Whitening dengan jumlah 720, Pepsodent Action 123 Herbal dengan jumlah 480, Pepsodent Action 123 Complete dengan jumlah 240, dan Pepsodent Complete Siwak dengan jumlah 240.

Sebagai penelitian awal untuk lebih memperkuat dugaan tersebut peneliti melakukan survei dengan memberikan pertanyaan yang berkaitan dengan loyalitas konsumen kepada 30 responden yang melakukan pembelian pasta gigi Pepsodent berulang minimal dua kali dalam satu bulan. Adapun pertanyaan yang diajukan yaitu mengenai loyalitas terhadap produk pasta gigi Pepsodent, diantaranya yaitu faktor apa yang menyebabkan Anda loyal terhadap pasta gigi Pepsodent. Berikut ini hasil survei mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pasta gigi Pepsodent di Kebumen.

Tabel I-3
Data Observasi Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasta Gigi Pepsodent di Kebumen

No.	Variabel	Jumlah
1.	Kualitas Produk	15
2.	Harga	6
3.	Kepuasan Pelanggan	6
4.	Citra Merek	2
5.	Iklan	1
	Total	**30**

Sumber: Data Primer diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel I-3 diatas menunjukkan bahwa hasil observasi awal yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada 30 responden

menyatakan bahwa faktor yang menyebabkan mereka loyal terhadap pasta gigi Pepsodent yaitu karena kualitas produknya sebanyak 15 orang, harga sebanyak 6 orang, kepuasan pelanggan sebanyak 6 orang, citra merek sebanyak 2 orang, dan iklan 1 orang. Berdasarkan data tersebut dapat diperoleh 3 faktor yang paling dominan yaitu kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan.

Ada beberapa alasan atau faktor yang menyebabkan masyarakat di Kebumen melakukan pembelian pasta gigi Pepsodent, mereka memberikan alasan yang berbeda-beda, faktor atau alasan yang dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel I-4
Faktor Alasan Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasta Gigi Pepsodent di Kebumen

No.	Jawaban Responden	Jumlah	Variabel
1.	Harga pasta gigi merek Pepsodent terjangkau.	6	Harga
2.	Produk pasta gigi merek Pepsodent memiliki kualitas yang baik.	15	Kualitas Produk
3.	Produk pasta gigi merek Pepsodent sudah terjamin kualitasnya.		
4.	Kinerja produk sesuai harapan	6	Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Observasi Awal, 2024

Menurut Hasan (2008:208) harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh memiliki memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari sebuah produk .

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:272) menyatakan bahwa kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Pada dasarnya kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan suatu produk untuk menampilkan kemampuannya untuk melaksanakan fungsi-

fungsi yang dimilikinya. Konsumen akan merasa puas jika produk yang dibelinya mampu memberikan kinerja atau dapat melebihi apa yang diharapkannya. Bila konsumen merasa puas terhadap produk yang dikonsumsi atau digunakan, maka akan cenderung timbul suatu keinginan untuk melakukan pembelian secara teratur. Keinginan untuk melakukan pembelian ulang merupakan sikap yang paling menentukan konsumen yang loyal terhadap produk tersebut.

Menurut Irawan (2012:35) kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Menurut Kartajaya (2013) loyalitas merupakan komitmen konsumen untuk pemakaian berulang-ulang suatu produk atau layanan di masa akan datang dengan merek yang sama.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Pasta Gigi Pepsodent di Kebumen)".**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen?

4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen?
6. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen?
7. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah tidak meluas dan menyimpang dari tujuan penelitian, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen yang membeli dan menggunakan pasta gigi merek Pepsodent minimal dua kali dalam satu bulan.
2. Responden dalam penelitian ini dibatasi minimal 17 tahun, dengan asumsi bahwa usia tersebut dianggap sudah dewasa dan memberikan jawaban yang objektif bagi penelitian ini.
3. Dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan. Guna menghindari perluasan batasan, maka variabel dibatasi sebagai berikut:
   a. Loyalitas Pelanggan

      Menurut Tjiptono (2006) Loyalitas pelanggan adalah suatu komitmen yang sangat mendalam untuk membeli kembali atau melindungi suatu merek atau service yang di sukai secara konsisten di masa mendatang sehingga menyebabkan pembelia merek atau kelompok merek yang sama

berulang kali. Menurut Tjiptono (2008) indikator loyalitas pelanggan yaitu sebagai berikut:

1) Pembelian ulang
2) Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut
3) Selalu menyukai merek tersebut
4) Tetap memilih merek tersebut
5) Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik
6) Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain

b. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2016:154) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang (pelanggan) yang timbul karena membandingkan performa atau kinerja produk yang telah dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka. Menurut Kotler (2016) indikator kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1) Pengalaman
2) Harapan pelanggan
3) Kebutuhan

c. Kualitas Produk

Menurut Lesmana dan Ayu (2019) kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja serta lingkungan untuk memenuhi setiap konsumen.

Menurut Fuad (2013) indikator kualitas produk yaitu sebagai berikut:

1) Kualitas produk yang dijual lebih baik dari perusahaan lain
2) Kualitas barang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen
3) Barang yang dijual lebih terjamin mutunya dari perusahaan lainnya

d. Harga

Menurut Tjiptono (2008:151) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Menurut Tjiptono (2008) indikator harga yaitu sebagai berikut:

1) Jangkauan harga dengan daya beli konsumen
2) Daya saing harga dengan produk sejenis
3) Kesesuaian harga dengan kualitas

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen.
6. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada produk pasta gigi Pepsodent di Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik terhadap ilmu pengetahuan yang selalu berkembang. Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Manfaat Toritis**

   Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan sebagai sumbangan ilmiah terutama bagi akademi yang ingin menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Bagi peneliti, sebagai wahana latihan pengembangan kemampuan dan penerapan teori yang diperoleh dalam perkuliahan.

2. **Manfaat Praktis**

   Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi para pelaku bisnis penjualan pasta gigi Pepsodent sebagai masukan dan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam mengembangkan strategi menghadapi persaingan, sehingga menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.