

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Dunia modern saat ini, masyarakat mulai sadar akan pentingnya kesehatan. Aspek kesehatan yang mulai diperhatikan adalah gigi. Gigi merupakan bagian tubuh yang sangat penting. Gigi yang sehat membuat nafas menjadi segar. Gigi yang sehat dapat membuat orang percaya diri. Gigi yang sehat dipengaruhi pemilihan pasta gigi yang tepat.

Pasta gigi merupakan salah satu produk untuk merawat gigi. Para pelaku bisnis menawarkan berbagai macam pasta gigi. Pasta gigi mempunyai berbagai macam manfaat antara lain membersihkan gigi, mencegah gigi berlubang, memutihkan gigi, menjaga kesehatan gigi. Pemilihan pasta gigi yang tepat akan membantu menghilangkan rasa sakit oleh penderita sakit gigi.

Saat ini, pelaku bisnis pasta gigi di Indonesia mengalami persaingan yang kompetitif. Beberapa pelaku usaha dengan merk Pepsodent, Ciptadent, Close Up berusaha mempromosikan produk. Pelaku usaha mempromosikan produk salah satunya melalui media televisi. Persaingan pasta gigi ini dibuktikan dengan data *Top Brand*. Adapun persaingan produk pasta gigi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

**Tabel 1.1**  
**Top Brand Award Kategori Pasta Gigi Tahun 2019**

Merk	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019
Pepsodent	70,8%	77,6%	78,7%	64,6%	68,3%
Ciptadent	7,5%	7,0%	6,7%	5,1%	9,5%
Close Up	7,2%	5,9%	5,3%	14,5%	10,7%
Formula	7,8%	4,8%	5,2%	4,8%	7,2%

Sumber: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pasta gigi pepsodent selalu unggul dari tahun ke tahun. Dari tabel tersebut maka dapat ditarik suatu fenomena bahwa produk pasta gigi dengan merek Pepsodent selama lima tahun berturut-turut menduduki posisi peringkat pertama Top Brand Award dari tahun 2015 sampai 2019 meskipun presentasemnya naik turun setiap tahunnya. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya pesaing produk pasta gigi seperti ciptadent, close up, formula, sensodyne, yang mengakibatkan naik turun tingkat presentasenya tetapi merek Pepsodent tetap menjadi peringkat pertama pada daftar Top Brand merek produk pasta gigi. PT Unilever sangatlah menjaga kualitas produk dengan mengeluarkan beberapa varian seperti pepsodent herbal, pepsodent untuk perawatan gigi, pepsodent untuk gigi berlubang dan pepsodent untuk gigi sensitive. Hal ini di karenakan pasta gigi pepsodent menyesuaikan kebutuhan konsumen.

**Gambar 1.1**  
**Gambar Pasta Gigi Pepsodent**



Sumber : [www.google.com.pastagigi.pepsodent](http://www.google.com.pastagigi.pepsodent).

Loyalitas konsumen (*customer loyalty*), menurut (Sukmawati, 2011). “*Encouragement to make repeat purchases and to build customer loyalty to products or services*” Mendorong untuk melakukan pembelian berulang dan untuk membangun loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa. Dari pendapat tersebut dapat kita artikan loyalitas konsumen sebagai dorongan perilaku untuk melakukan pembelian berulang dan untuk membangun loyalitas terhadap produk atau jasa. Loyalitas konsumen merupakan tujuan inti yang diupayakan oleh pemasar, hal ini dikarenakan dengan loyalitas sesuai yang diharapkan konsumen, dapat dipastikan konsumen merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena pelanggan merupakan asset utama yang membuat perusahaan berkembang dan mendapat keuntungan yang lebih. Sebuah penelitian dari (Sumanjuntak, 2012) mengatakan bahwa salah satu faktor pembentuk loyalitas adalah citra merek karena citra merek yang baik berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Menurut (Keller, 2012), citra merek (*brand image*) adalah persepsi konsumen dan kepercayaan sesuai dengan pengalaman yang telah konsumen rasakan yang terikat didalam ingatan dan benak konsumen. Semakin baik citra merek (*brand image*) yang melekat pada suatu produk, maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk. Menurut (al, 2012) mengatakan bahwa citra merek (*brand image*) yang kuat dapat membuat pelanggan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Perusahaan Pt. Unilever Indonesia menciptakan keunggulan yang kompetitif dengan

mengeluarkan banyak varian pepsodent seperti pepsodent pencegah gigi berlubang, pepsodent herbal, pepsodent action, pepsodent center fresh, pepsodent whitening, dll yang memiliki manfaat produk sesuai kebutuhan masyarakat dari situ citra merek pepsodent terbentuk.

Selain citra merk loyalitas juga dipengaruhi kualitas produk. Kualitas produk (*product quality*) menurut Keller (2009), kualitas produk (*product quality*) adalah nilai dari suatu barang yang memiliki ciri kualitas bagus mengenai produk untuk memberikan hasil yang sesuai bahkan melebihi apa yang diinginkan konsumen. Salah satu kualitas produk pepsodent yaitu dapat memberikan perlindungan gigi 24jam dan mencegah gigi berlubang yang disebabkan kuman disisa makanan. Tjiptono (2002) meningkatkan kualitas suatu produk merupakan salah satu setrategi perusahaan dalam menarik perhatian para konsumen. Kualitas produk akan mempengaruhi konsumen loyal terhadap produk yang dibelinya, jika produk tersebut kualitasnya memenuhi yang diinginkan konsumen maka semakin besar pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen karena konsumen percaya bahwa kualitas membawakan hasil yang puas menurut (Kusumawat A. , 2014) kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan .

Sehubungan dengan hal diatas, maka para peneliti ingin melakukan penelitian untuk menguji bagaimana citra merek dan kualitas produk pasta gigi pepsodent terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), sehingga peneliti memilih judul: **“Pengaruh citra merek (*brand image*) dan kualitas**

**produk (*product quality*) terhadap loyalitas konsumen (*customer loyalty*)  
studi pada pasta gigi pepsodent”**

**1.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas konsumen (*customer loyalty*) pada produk pasta gigi pepsodent?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk (*product quality*) terhadap loyalitas konsumen (*customer loyalty*) pada produk pasta gigi pepsodent?

**1.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas konsumen (*customer loyalty*) pada produk pasta gigi pepsodent?
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk (*product quality*) terhadap loyalitas konsumen (*customer loyalty*) pada produk pasta gigi pepsodent?

**1.3 Batasan Penelitian**

Pada penelitian ini berfokus pada dua faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen yaitu Kualitas Produk dan Citra Merek.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

##### **1. Bagi Dunia Akademis**

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi dibidang manajemen pemasaran.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang bermanfaat kepada produsen, untuk mengetahui bagaimana citra merek (*brand image*) dan kualitas produk (*product quality*) terhadap loyalitas konsumen

