

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan industri toiletris semakin meningkat seiring dengan kebutuhan produk toiletris yang terus meningkat sebagai barang kebutuhan sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dari beragamnya produk-produk toiletris yang ditawarkan produsen, dimana masing-masing produsen ingin memberi yang terbaik dibanding pesaingnya. Pemberian nama merek suatu produk mutlak diperlukan untuk membedakan dengan merek produk pesaing. Adanya pendidikan dan pendapatan masyarakat yang semakin meningkat menyebabkan masyarakat semakin selektif dalam memilih produk toiletris yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Kebutuhan sabun mandi terus meningkat sebagai akibat dari laju pertumbuhan penduduk yang ditunjang dengan semakin membaiknya taraf hidup masyarakat yang berpengaruh terhadap tingkat konsumsi masyarakat. Hal ini membuat produsen selalu berusaha menciptakan inovasi dalam memproduksi produk toiletris untuk memberikan nilai tambah demi mempertahankan pangsa pasarnya.

Usaha dalam pemasaran yang terpadu terutama memastikan agar mereknya tetap terkenal, hal ini penting dilakukan produsen dalam mengamati manajemen mereknya. Keberhasilan suatu produk lebih banyak ditentukan oleh kepribadian produk yang mampu berintegrasi dengan gaya hidup konsumen.



Perusahaan yang ingin mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi dapat melakukan beberapa pertimbangan, antara lain harga yang terjangkau dan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan harga yang layak dan kualitas yang terjamin diharapkan sabun mandi cair Biore Body Foam dapat memuaskan para pemakainya.

Dalam awal pemasaran, Biore diluncurkan pada tahun 1987 sebagai sabun cair untuk pembersih muka. Lalu, pada tahun 1991 dikembangkan sebagai sabun mandi cair yang dikemas dalam tiga ukuran: 100 mg dengan harga Rp. 4.350,00; 300 mg dengan harga Rp. 11.600,00; dan 600 mg dengan harga Rp. 22.500,00. Hanya terpaut waktu sekitar tiga bulan, Lux pun meluncurkan sabun cairnya. Jadi persaingan antara Biore dengan Lux sudah dimulai sejak awal pemasaran. Biore beruntung karena Kao berhasil menempatkan produk berdasarkan persepsi yang dikehendaki konsumen. Kemenangan Biore tidak hanya pada persepsi atribut teknologi Kao, tetapi cenderung pada persepsi Biore sebagai sabun cair. Nama Biore identik dengan sabun cair pembersih kulit. Berbeda dengan Lux yang sudah bertahun-tahun dikenal sebagai sabun padat, hingga sulit dialihkan persepsinya ke sabun cair.

Menurut Andriana Anggraini R, manajer pemasaran PT Kao Indonesia, pangsa pasar sabun mandi cair saat ini sekitar 20 % dari total sabun. Namun dilihat berdasarkan jumlah penduduk Indonesia, kebiasaan mandi orang Indonesia, dan perbandingannya dengan negara-negara Asia lainnya, paling tidak pangsa pasar sabun mandi cair masih bisa meluas hingga 40 %. Ini berarti pangsa pasar sabun mandi cair masih potensial untuk dikembangkan. Saat ini 60% pangsa pasar dikuasai Biore, 20%

dikuasai Lux Beauty Shower, dan 10% dikuasai oleh beberapa perusahaan lain, diantaranya Page One dari kelompok Wings. Kegiatan yang terus dilakukan oleh Biore adalah mengembangkan produk-produk baru, yang hingga saat ini sudah ada 5 (lima) macam Biore Body Foam, yaitu : Extra Mild, Deodorant, Micropowder, Cool, dan Antiseptic. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi kebutuhan dan keinginan pelanggannya (Sumber: SWA/21/XIII/Nov 1997).

Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas sabun mandi cair Biore Body Foam terhadap kepuasan pelanggan di Surabaya, maka dilakukan uji pendahuluan terhadap 20 (dua puluh) orang responden. Kuesioner disebarkan di swalayan Hartani di pasar Atum, swalayan Gelael di Surabaya Plaza dan swalayan Hero di Plaza Tunjungan. Adapun hasil uji pendahuluan tersebut selengkapnya disajikan dalam tabel 1.1 di halaman berikut ini.

Karena skala yang digunakan mulai dari 1 (satu) sampai dengan 7 (tujuh), maka asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Rata-rata skor ≥ 4 menunjukkan skor yang tinggi. Hal ini berarti tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai harga dan kualitas sabun mandi cair Biore Body Foam semakin positif. Demikian pula dengan tingkat kepuasan responden terhadap sabun mandi cair Biore Body Foam juga semakin positif.
- Rata-rata skor < 4 menunjukkan skor yang rendah. Hal ini berarti tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai harga dan kualitas sabun mandi cair

Biore Body Foam semakin negatif. Demikian pula dengan tingkat kepuasan responden terhadap sabun mandi cair Biore Body Foam semakin negatif.

Tabel 1.1:

Tanggapan Responden Mengenai Harga dan Kualitas Serta Kepuasan Terhadap Sabun Mandi Cair Biore Body Foam di Surabaya

No. Resp.	Harga			Kualitas			Kepuasan			
	1	2	Mean	3	4	Mean	5	6	7	mean
1	4	4	4,00	4	4	4,00	5	6	4	5,00
2	5	6	5,50	7	5	6,00	5	4	5	4,67
3	6	6	6,00	5	5	5,00	4	4	5	4,33
4	4	4	4,00	5	5	5,00	6	7	4	5,67
5	6	6	6,00	5	6	5,50	5	6	4	5,00
6	5	5	5,00	5	5	5,00	4	5	6	5,00
7	4	5	4,50	5	5	5,00	6	6	4	5,33
8	4	5	4,50	6	7	6,50	4	7	7	6,00
9	5	5	5,00	5	4	4,50	5	5	7	5,67
10	4	4	4,00	4	5	4,50	6	4	6	5,33
11	5	4	4,50	5	4	4,50	5	7	5	5,67
12	4	4	4,00	4	4	4,00	5	7	5	5,67
13	5	5	5,00	6	6	6,00	6	4	5	5,00
14	5	6	5,50	6	7	6,50	7	6	4	5,67
15	6	6	6,00	5	6	5,50	7	7	4	6,00
16	5	4	4,50	5	4	4,50	5	6	6	5,67
17	6	4	5,00	5	6	5,50	5	4	7	5,33
18	6	5	5,50	6	6	6,00	5	5	5	5,00
19	5	6	5,50	6	7	6,50	4	6	6	5,33
20	7	7	7,00	7	7	7,00	4	6	6	5,33
Rata-rata skor			5,05			5,35				5,34'

Sumber : Sigi pendahuluan bulan februari 2000 minggu ke-2 dioiah

Pada tabel 1.1. diatas dapat dilihat bahwa rata-rata skor untuk variabel harga sebesar 5,05 dan untuk variabel kualitas sebesar 5,35. Rata-rata tersebut

menunjukkan skor yang tinggi, hal ini berarti tanggapan responden terhadap harga dan kualitas sabun mandi cair Biore Body Foam di Surabaya semakin positif. Demikian pula rata-rata skor untuk kepuasan menunjukkan skor yang tinggi, yaitu sebesar 5,34. Hal ini berarti tingkat kepuasan responden terhadap sabun mandi cair Biore Body Foam juga semakin positif.

Berdasarkan hasil uji pendahuluan tersebut, diduga harga dan kualitas sabun mandi cair Biore Body Foam mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan di Surabaya. Untuk membuktikan kebenaran dugaan tersebut, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut, dengan melibatkan responden yang lebih banyak dan menggunakan analisis statistik.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Permasalahan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah harga dan kualitas sabun mandi cair Biore Body Foam mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Surabaya?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Perumusan Masalah tersebut diatas, maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas sabun mandi cair Biore Body Foam mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Surabaya.”

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan dapat memberikan informasi dan masukan dalam menentukan kebijaksanaan pemasaran terutama mengenai harga dan kualitas, agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, sehingga penjualan produk tersebut akan meningkat dan mendatangkan keuntungan yang lebih besar.
2. Bagi pembaca skripsi dapat merupakan tambahan pengetahuan baik dari segi teori maupun prakteknya tentang harga dan kualitas yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi yang mungkin dapat digunakan oleh pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut.
4. Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pada khasanah ilmu pengetahuan terutama pada bidang manajemen pemasaran.
5. Bagi penulis merupakan suatu tambahan pengetahuan dan pengertian tentang harga dan kualitas yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan akan suatu produk dengan merek tertentu.

1.5. Sistematika Skripsi

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bagian, dimana masing-masing bagian disusun secara sistematis. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB II: TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini menguraikan mengenai teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yaitu meliputi: harga, kualitas dan kepuasan. Harga mencakup: pengertian harga, tujuan penetapan harga, strategi penetapan harga, Reaksi konsumen terhadap harga suatu produk, kebijaksanaan dalam penetapan harga dan pengaruh harga terhadap kepuasan. Kualitas mencakup: pengertian kualitas, karakteristik kualitas, atribut yang digunakan dalam pengukuran kualitas, pengendalian kualitas terpadu dan pengaruh kualitas terhadap kepuasan. Sedangkan kepuasan terdiri dari: pengertian kepuasan, ciri-ciri pelanggan yang mengalami kepuasan dan ketidakpuasan dan atribut pembentuk kepuasan pelanggan. Selain itu juga dijelaskan pengaruh harga dan kualitas terhadap kepuasan pelanggan dan diajukan suatu hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi desain penelitian; identifikasi variabel; definisi operasional; jenis dan sumber data; pengukuran data; alat dan metode pengumpulan data; populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel; teknik pengambilan data; teknik analisis data dan prosedur pengujian hipotesis.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskripsi data, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian akhir yang berisi simpulan dan saran yang dapat diberikan sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

