

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis yang semakin pesat telah menciptakan pertumbuhan dunia usaha saat ini menjadi sebuah tantangan besar bagi perusahaan untuk menciptakan produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Hal ini akan mempengaruhi industri suatu negara dalam perekonomiannya melalui berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan sebagai salah satu penguasaan pangsa pasar (*market share*). Salah satu industri tersebut adalah industri plastik.

Industri ini bergerak dalam bidang industri plastik yang berfungsi sebagai wadah makanan dan minuman yang mempunyai daya saing yang sangat ketat. Dalam hal ini wadah makanan dan minuman dari plastik mempunyai daya beli yang luas khususnya ibu rumah tangga dan wanita karir. Persaingan yang semakin ketat, mendorong perusahaan industri plastik untuk menciptakan produk yang berkualitas dengan harga beli yang terjangkau dalam keputusan pembelian konsumen. Industri plastik memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk menguasai pangsa pasar, hal itu dibutuhkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu peningkatan penjualan yang dapat mempengaruhi pangsa pasar adalah kualitas produk

Plastik sudah menjadi bagian keseharian manusia dan sering menggantikan bahan-bahan tradisional seperti kayu, logam, gelas, kulit, kertas dan karet. Desain kemasannya yang menarik serta fungsinya yang

serba guna menjadi salah satu alasan mengapa plastik digemari oleh masyarakat. Mulai dari mainan anak-anak, perabot rumah tangga, perlengkapan kedokteran, peralatan tulis, bahkan hingga komponen atau suku cadang kendaraan/peralatan listrik pun terbuat dari plastik. Plastik juga sudah umum digunakan dalam berbagai industri dan bisnis.

Dari semua kegunaan plastik yang bermacam-macam jenis dan bentuknya itu, fungsi plastik sebagai wadah makanan dan minuman mendapat perhatian terbesar. Banyak pertanyaan yang muncul seputar plastik yang aman digunakan sebagai wadah makanan dan minuman, serta bagaimana cara mengenalinya agar terhindar dari efek buruk bagi kesehatan.

Di Indonesia, salah satu perusahaan industri plastik adalah PT Tupperware Indonesia. Banyaknya pesaing dalam industri plastik mendorong PT Tupperware Indonesia meluncurkan produk inovasi yang menarik pada wadah makanan dan minuman. Tupperware adalah perusahaan multinasional yang memproduksi dan memasarkan produk plastik berkualitas untuk rumah tangga.

Produk berkualitas adalah produk yang memenuhi harapan pelanggan. Produk harus memiliki tingkat kualitas tertentu karena produk dibuat untuk memenuhi selera konsumen atau memuaskan pemakainya. Kualitas produk merupakan sebuah karakteristik dari sebuah barang atau jasa yang menentukan tingkat kepuasan konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Jika produk tersebut diterima dengan baik maka produk tersebut mempunyai kualitas yang bagus, jika konsumen puas menggunakan

peroduk tersebut maka menandakan bahwa produk tersebut mempunyai kualitas yang bagus. Tupperware merupakan produk yang memiliki kualitas tinggi karena terbuat dari bahan plastik yang terjamin dan aman untuk digunakan.

Produk Tupperware terbuat dari bahan plastik berkualitas terbaik, tidak mengandung zat kimia beracun dan sudah memenuhi standar dari beberapa badan dunia seperti FDA (*Food and Drug Administration*) Amerika, *European Food Safety Authority* (Eropa), *Japan Food Safety Commision* (Jepang), sehingga selain aman digunakan berkali-kali untuk makanan dan minuman (*Food Grade*) juga ramah lingkungan karena produk Tupperware yang rusak bisa di daur ulang menjadi produk lain seperti bangku plastik, pot tanaman, tempat sampah, dan lain-lain. Tupperware selalu melahirkan produk-produk baru yang inovatif dan berkualitas, selalu jeli memanfaatkan teknologi dan tanggap dengan perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat.

Dalam membangun reputasi perusahaan, memerlukan citra merek yang berperan terhadap keputusan pembelian produk Tupperware. Citra merek adalah sejumlah gambaran, kesan dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Citra merek memegang peranan penting, karena citra merek yang positif akan membuat konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian ulang dikemudian hari. Konsumen pun akan mudah mengingatnya sehingga mempermudah pengambilan keputusan ketika melakukan pembelian. Produk baru yang diluncurkan oleh perusahaan, dapat

dibentuk citra mereknya melalui kualitas produknya. Alasan konsumen membeli produk Tupperware biasanya dipengaruhi oleh merek Tupperware yang sudah tertanam di benak konsumen.

Citra merek Tupperware sebagai produk yang berkualitas, aman dengan kemasan eksklusif telah cukup kuat menempel di mata masyarakat Indonesia. Jika ditanya wadah makanan dari plastik yang berkualitas prima, Tupperware-lah yang terlintas di benak mereka. Artinya citra merek yang terbentuk mengenai produk sudah kuat. Akan tetapi, sebagai perusahaan yang memiliki filosofi *caring and sharing*, Tupperware Indonesia juga mensosialisasikan program-program yang berlandaskan filosofi 3E Tupperware (*Enlighten, Educate, Empower*). Berbagai program pun dirancang oleh Tupperware Indonesia agar misi 3E Tupperware untuk mencerahkan, mengedukasi serta memberdayakan wanita Indonesia demi mengukir masa depan yang cerah dan lebih baik bagi mereka dan keluarganya dapat tercapai.

Dalam menciptakan citra merek yang baik, tentunya harus meningkatkan kualitas produk yang sesuai keinginan konsumen sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Keputusan pembelian Tupperware oleh konsumen yaitu untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Keputusan pembelian akan berkelanjutan apabila perusahaan dapat mempertahankan kualitas produknya.

Untuk melakukan kegiatan promosi dan pembentukan citra merek yang lebih baik, Tupperware perlu mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat saat ini perusahaan perlu memanfaatkan sumber dayanya dengan optimal, termasuk berusaha menciptakan atau melakukan rekayasa yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen, misalnya melalui citra merek produknya.

Fenomena tersebut dapat dilihat dari kondisi persaingan saat ini yang terjadi pada produk wadah makanan plastik. Keanekaragaman produk wadah makanan plastik yang ada pada saat ini mendorong konsumen untuk melakukan identifikasi dalam pengambilan keputusan saat menentukan suatu merek yang menurut mereka memenuhi kriteria sebuah produk wadah makanan yang ideal.

Kompetisi tersebut akan terus berlanjut karena beberapa merek baru terus bermunculan, pesaing Tupperware seperti Twin Tulipware. Hal tersebut juga dibuktikan dengan penguasaan pangsa pasar (*market share*) pada produk Tupperware tahun 2011 yang disajikan pada table 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1
Data *Market Share* Tupperware dan Twin Tulipware
Periode 2009-2010

Merek	Pangsa pasar 2010	Pangsa pasar 2009	Perubahan
Tupperware	12.6 %	17.2%	- 4.6%
Twin Tulipware	11.2%	10%	1.2%

Sumber: Forbes (Desember Edisi The 400 Best Big Companies 2011)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Tupperware mengalami penurunan *market share* yang cukup signifikan yaitu pada tahun 2009 sebesar 17,2 % turun menjadi 12,6 % di tahun 2010. Sedangkan pesaing utamanya Twin Tulipware, ditahun yang sama mengalami kenaikan yang cukup tinggi. Penurunan ini menjadi masalah karena bersamaan dengan adanya kenaikan pangsa pasar Twin Tulipware yang sama dengan Tupperware yaitu dibidang industri plastik pada wadah makanan dan minuman.

Penelitian ini difokuskan pada *membership* Unit Mutiara Citra Karawang yang membeli dan memakai produk Tupperware dalam kehidupan sehari-harinya. Penelitian dilakukan di lokasi ini atas pertimbangan seperti adanya berbagai latar belakang hidup yang berbeda sehingga secara tidak langsung mempengaruhi pola perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari termasuk juga dalam hal melakukan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang”**.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana deskripsi kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang

3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang
4. Apakah kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk memperoleh data yang berhubungan dengan objek yang diteliti, sehingga diperoleh suatu gambaran dan data yang lengkap mengenai pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang.

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui deskripsi kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan ide positif untuk perusahaan agar memperhatikan faktor-faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, diantaranya kualitas produk dan citra merek.

2. Bagi Akademisi

Dapat dijadikan sebagai referensi atau sumber informasi dan pengkajian topik-topik yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini atau dalam penelitian di bidang yang sama.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti serta sebagai media dalam mengintegrasikan ilmu yang di dapat selama perkuliahan.