

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gigi merupakan salah satu bagian tubuh manusia yang paling penting. Tentunya kebersihan dan kesehatan gigi harus selalu dijaga. Gigi yang putih bersinar dan bebas dari karang gigi tidak hanya akan meningkatkan kepercayaan diri, namun juga memperlancar komunikasi dengan orang lain. Dalam keperluan untuk menjaga kesehatan gigi diperlukan berbagai macam produk kesehatan antara lain sikat gigi, obat kumur, dan pasta gigi. Pasta gigi merupakan salah satu kebutuhan yang penting bagi pemeliharaan kesehatan gigi dan gusi.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya kebersihan gigi membuat produsen pasta gigi sering kali mengeluarkan pasta gigi jenis baru. Maraknya produk pasta gigi di pasaran yang saling meng-klaim bahwa produk mereka yang paling baik untuk perawatan gigi, membuat konsumen kebingungan untuk memilih satu produk tertentu yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Banyak produk pasta gigi yang beredar di pasaran seperti Pepsodent, Ciptadent, Formula, Close Up, Sensodyne, Smile Up, Enzim, dan Maxam.

Diantara produk tersebut, Pepsodent adalah salah satu merek pasta dan sikat gigi dari Unilever. Pasta gigi ini yang tertua di Indonesia dan pertama kali diluncurkan di Inggris pada dekade 1920-an dan menyebar ke negeri-negeri jajahannya termasuk Hindia – Belanda (Indonesia), Malaya

(Malaysia), dan Tamasek (Singapura). Pepsodent salah satu produk pasta gigi yang saat ini dipercaya dan cukup terkenal oleh masyarakat. Pepsodent juga mampu menyakinkan konsumen bahwa pasta gigi Pepsodent adalah pasta gigi yang telah melindungi senyum keluarga Indonesia dari generasi ke generasi. (Author, www.unilever.co.id, diakses pada tanggal 8 April 2019)

Sampai saat ini telah berkembang berbagai jenis iklan kesehatan yang banyak bermunculan di Media Indonesia. Persaingan industri media periklanan terus berlomba-lomba menawarkan berbagai macam produk kebersihan gigi terutama pasta gigi. Seperti banyak kita ketahui penyebab sakit gigi yaitu kurang menjaga kebersihan gigi dan mulut serta pola makan yang kurang baik yaitu kurang makan makanan berserat.

Periklanan (*advertising*) merupakan salah satu cara yang paling umum digunakan perusahaan untuk mengarahkan komunikasi *persuasif* pada target *audience*. Iklan merupakan sarana promosi yang efektif dalam memperkenalkan produk. Salah satu yang menjadi pertimbangan dalam pembuatan iklan untuk menarik perhatian konsumen adalah bintang iklan (*celebrity endorser*).

Salah satu iklan Pepsodent yang menarik yaitu dengan produk barunya Pepsodent Action 123, dimana iklan ini menggunakan *endorser* artis dangdut yaitu Inul Daratista. Dalam iklan tersebut, Inul Daratista berusaha meyakinkan seseorang untuk tampil senyum percaya diri dengan Pepsodent Action 123 dengan tiga manfaat mencegah gigi berlubang, membuat gigi

putih dan membuat nafas segar. (TOPMCINDO, www.youtube.com, diakses pada tanggal 8 April 2019)

Endorser tersebut dapat dikategorikan sebagai *Celebrity Endorser*. Dalam pengertian ruang lingkup kecil *celebrity endorser* adalah memanfaatkan seorang yang memiliki pengaruh positif dikarenakan prestasi dan citra yang pernah ia raih. Sosok yang dapat menjadi sebagai *celebrity endorser* tersebut dapat seperti artis, atlet, budayawan, dan lain-lain.

Penggunaan selebriti sebagai pendukung dalam sebuah iklan diharapkan dapat memberikan asosiasi yang positif terhadap kaitan antara selebriti dan produk yang ditawarkan. Menurut Shimp dalam penelitian Wijanarko dkk (2016:167) *celebrity endorser* adalah iklan yang menggunakan orang atau tokoh terkenal (*public figure*) dalam mendukung suatu iklan.

Selebriti biasanya digunakan untuk menarik perhatian masyarakat dan berperan penting dalam meningkatkan *awareness* produk. Penggunaan selebriti dalam mendukung iklan suatu produk, mewajibkan pemasar untuk rela membayar tinggi selebriti yang banyak disukai oleh masyarakat.

Tabel I.1.
Top Brand Index Pasta Gigi
Tahun 2017 - 2019

MEREK	2017		2018		2019	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
Pepsodent	78.7%	TOP	64.6%	TOP	68.3%	TOP
Close Up	5.3%		14.5%	TOP	10.7%	TOP
Ciptadent	6.7%		5.2%		9.5%	
Formula	5.2%		4.8%		7.2%	
Sensodyne			5.2%		1.4%	

Sumber : <http://www.topbrand-award.com/>

Berdasarkan tabel I.1 diatas, bahwa pasta gigi Pepsodent menjadi top brand pasta gigi dari tahun 2017-2019. Ini menunjukkan bahwa Pepsodent masih tetap teratas dibanding pesaingnya. Tentunya ini juga tidak lepas dari peran konsumen yang tetap loyal menggunakan pasta gigi Pepsodent dari tahun ke tahun. Konsumen yang loyal terhadap suatu merek adalah konsumen yang menyatakan sangat menyukai merek tersebut dan kemudian membeli dan menggunakan merek tersebut.

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas “kesetiaan” mereka pada produk-produk lain buatan produsen yang sama. Pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk selamanya.

Menurut Griffin dalam penelitian Iriyanti dkk (2018:3) menyatakan *“loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit.”* Definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti bermaksud untuk mengadakan penelitian yang membahas tentang

“Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Pasta Gigi Pepsodent”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi *celebrity endorser* dan loyalitas pelanggan pasta gigi Pepsodent ?
2. Apakah terdapat pengaruh *celebrity endorser* terhadap loyalitas pelanggan pasta gigi Pepsodent ?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penulisan

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penulisan ini dilakukan dengan tujuan :

- a. Untuk mengetahui deskripsi *celebrity endorser* dan loyalitas pelanggan pasta gigi Pepsodent
- b. Untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* terhadap loyalitas pelanggan pasta gigi Pepsodent

2. Manfaat Penulisan

Dengan dibuatnya penulisan ini, peneliti berharap akan memberikan manfaat bagi :

a. Bagi Peneliti

Dapat menerapkan ilmu-ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan memperdalam wawasan tentang pengaruh *celebrity endorser* terhadap loyalitas pelanggan

b. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Menambahkan arsip karya ilmiah tentang ilmu Manajemen Pemasaran untuk tambahan referensi di perpustakaan.

c. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi dalam memperluas ilmu pengetahuan dan wawasan di bidang Pemasaran serta sebagai referensi bagi peneliti lain dalam penyusunan karya ilmiah.