

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Plastik sudah menjadi bagian keseharian manusia dan sering menggantikan bahan - bahan tradisional seperti kayu, logam, gelas, kertas dan karet. Desain kemasaan yang menarik serta fungsinya yang serba guna menjadi salah satu alasan mengapa plastik digemari oleh masyarakat. 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.

Konsumen sekarang dalam menentukan pilihan pembeliannya selalu dengan pertimbangan jangka panjang dan lebih sadar lingkungan serta sadar kesehatan. Tupperware adalah nama merek terkenal dari peralatan rumah tangga yang terbuat dari plastik, termasuk di dalamnya wadah penyimpanan, wadah penyajian dan beberapa peralatan dapur yang diperkenalkan untuk khalayak umum pada tahun 1946. Persaingan produk plastik rumah tangga akhir-akhir ini sangat ketat dan banyak bermunculan merek-merek baru yang masing – masing berlomba memperlihatkan keunggulan produknya masing – masing baik dari segi bentuk warna dan ketahanannya (Nurullaili, 2013).

Pendapatan Tupperware Brands Corp turun 3,10% pada TF 2016 dibandingkan dengan TF 2015 menjadi 2,21miliar. Pemasukan bersih naik 20,34% menjadi 223,60juta. (<http://www.msn.com/id-id/detailsaham/financials,2017>). Pemasukan bersih yang cenderung naik menunjukkan loyalitas konsumen terhadap produk Tupperware stabil. Data diatas menunjukan bahwa pendapatan Tupperware yang terus meningkat disetiap tahunnya akan menunjukkan bahwa *Brand Image* Tupperware merupakan yang paling unggul diantara produk lainnya. Produk Tupperware yang unggul karena *desain* produk yang di promosikan oleh perusahaan Tupperware selalu berbeda dengan produk yang lain dan selalu mengeluarkan desain-desain produk yang *uptodate* dengan warna yang menarik. Para konsumen juga selalu diberikan pelayanan yang terbaik oleh perusahaan agar menarik perhatian konsumen dan membuat konsumen mempunyai daya tarik untuk membeli produk Tupperware.

Hal inilah yang menarik penulis untuk meneliti faktor –faktor yang mempengaruhi loyalitas Konsumen Tupperware. Menurut Griffin dalam Sangadji dan Sopiah (2013:113) loyalitas mengacu pada perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa perusahaan yang dipilih. Loyalitas konsumen memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan kinerja kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Kotler (2005) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang

dinyatakan/tersirat. Kualitas produk sudah pasti akan menghasilkan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan asset yang sangat penting sekaligus sangat berharga bagi perusahaan karena dengan menjadi pelanggan yang loyal mereka memiliki komitmen terhadap merek (*brand*) dan kemudian akan mendatangkan profit bagi perusahaan karena menjaga pelanggan lama lebih mudah ketimbang harus mencari dan mendapatkan pelanggan baru. Untuk dapat mencapai loyalitas pelanggan tentu ada banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Salah satunya adalah dengan menciptakan citra merek (*brand image*) yang kuat dalam pikiran pelanggan. Selain itu pun kualitas pelayanan menjadi salah satu factor yang penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan karena dengan memberikan pelayanan yang baik pada konsumen maka konsumen akan merasa diperhatikan dan akan merasa puas sehingga memungkinkan untuk melakukan pembelian ulang (Utami, 2016).

Desain produk menjadi ciri suatu produk yang menentukan kualitas produk. Menurut Angipora (2002) didalam penelitian Nurullaili (2013), desain produk adalah masalah desain dari suatu produk telah menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius dari manajemen khususnya team pengembangan produk baru , karena sasaran konsumen yang ditujui tidak sedikit yang mulai mempersoalkan masalah desain suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Aspek *desain* dalam kegiatan pemasaran merupakan salah satu pembentuk daya tarik terhadap suatu produk. Menghadapi perkembangan yang semakin canggih, setiap perusahaan akan semakin bersaing antar satu perusahaan dengan perusahaan lainnya dalam alih inovasi dan

pengembangan produk. Hal ini dilakukan untuk memenuhi tuntutan dan selera konsumen dari tahun ketahun yang selalu berubah sesuai dengan perkembangan teknologi dan jaman.

*Brand image* yang baik juga merupakan salah satu strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru dan berhasil tidaknya suatu merek dalam menarik minat konsumen untuk membeli produknya sangatlah bergantung pada persepsi konsumen terhadap merek tersebut. Perusahaan harus mampu menciptakan merek yang menarik dan mampu mempresentasikan perusahaannya. Perusahaan juga dituntut agar bisa menggambarkan fungsi dari produk atau pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan memiliki persepsi yang baik tentang merek tersebut, dan setelah melakukan pembelian akan merasakan kepuasan dan nantinya diharapkan bisa menjadi konsumen yang loyal.

Kualitas pelayanan yang baik dalam perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan. Kualitas layanan suatu perusahaan yang dilakukan dengan baik akan menimbulkan perasaan puas karena pelanggan merasa telah dilayani dengan baik. Adanya kualitas layanan yang baik, maka kesetiaan atau loyalitas pelanggan akan terbentuk. Hal ini juga dapat mendorong pelanggan mempunyai keinginan untuk membeli ulang dan mempunyai keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurullaili (2013), tentang Analisis faktor-faktor yang memengaruhi Loyalitas konsumen Tupperware menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas konsumen Tupperware. Penelitian yang dilakukan oleh Mangore (2016), tentang Analisis kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas konsumen Tupperware Manado, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, citra merek berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen Tupperware. Penelitian yang dilakukan oleh Utami (2016), tentang Analisis Pengaruh Kualitas produk, kualitas layanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan pelanggan (pengguna Apple Iphone Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel *dependet*. Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel kualitas produk, harga, dan promosi sebagai variabel *dependent*, sedangkan pada penelitian ini akan meneliti variabel *Brand Image* (Citra Merek), Desain Produk, dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel *dependent*. Akan tetapi variabel independen pada penelitian ini dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan variabel Loyalitas konsumen sebagai variabel *independent*.

Berdasarkan uraian penelitian diatas, perusahaan penting melakukan penelitian ini untuk mengetahui pendapat konsumen tentang *Brand Image* (Citra Merek), Desain produk dan Kualitas pelayanan untuk membuktikan pengaruh

ketiga variabel tersebut terhadap loyalitas konsumen. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware.



## **B. Batasan Masalah**

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang diteliti lebih terinci dan fokus pada analisis faktor pengaruh brand image, design produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen Tupperware secara parsial maupun simultan. Sedangkan yang menjadi obyek penelitian ini adalah masyarakat Purwokerto khususnya di kalangan ibu-ibu dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, permasalahan yang akan diteliti pada penilaian ini adalah:

1. Apakah *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen Tupperware?
2. Apakah desain produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen Tupperware?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen Tupperware?
4. Apakah *brand image*, desain produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen Tupperware?



## **D. Tujuan penelitian dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah diuraikan diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bahwa *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen Tupperware.
- b. Untuk mengetahui bahwa desain produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen tupperware.
- c. Untuk mengetahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen Tupperware.
- d. Untuk mengetahui bahwa *brand image*, desain produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen Tupperware.

### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Bagi Akademisi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penelitian terutama dalam bidang loyalitas konsumen Tupperware sebagai pembuktian empiris mengenai pengaruh loyalitas konsumen Tupperware dalam hal *brand image*, desain produk, dan kualitas pelayanan Tupperware.



**b. Bagi Konsumen**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk konsumen memilih barang produksi yang berkualitas.

**c. Bagi Pihak Manajemen**

Pengungkapan Loyalitas Pelanggan memberikan dan menghasilkan informasi tanggungjawab terhadap masyarakat sosial dan lingkungan untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan.

