

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

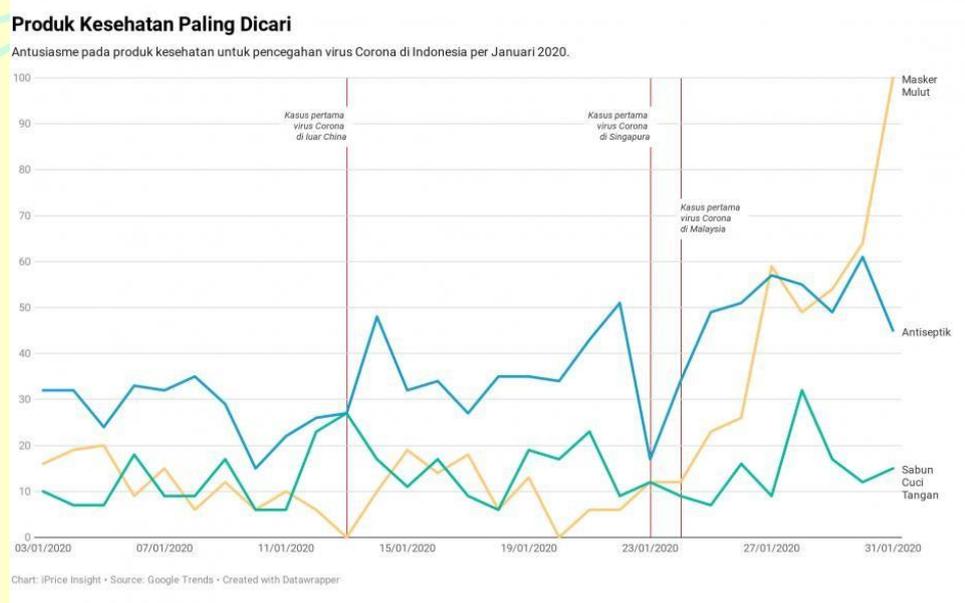
Pada saat ini dunia sedang dilanda ancaman virus yang dinamakan COVID-19. Virus ini bermula dari negara China di kota Wuhan. COVID-19 dapat menular kepada manusia lain apabila adanya kontak langsung dengan orang yang telah terinfeksi dan penularannya yaitu melalui *droplets* atau butiran air yang keluar dari saluran pernapasan. Dengan berkembangnya alat transportasi membuat virus ini menyebar dengan cepat ke berbagai negara. Salah satu negara yang terdampak penyebaran virus COVID-19 ini yaitu Indonesia.

Dengan penyebaran virus yang begitu pesat sehingga pemerintah Indonesia bergegas untuk melakukan segala upaya untuk mengurangi penyebarannya. Dalam berupaya untuk mencegah penularan virus, Kementerian Kesehatan Indonesia membuat peraturan yang berisikan tentang pencegahan dan pengendalian COVID-19 yang tertuang pada Peraturan Menteri kesehatan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021. Peraturan itu berisikan tentang strategi dan upaya untuk mencegah penularan virus COVID-19 yaitu dengan melakukan *physical distancing*, kebersihan tangan, etika batuk/bersin, pemakaian masker mulut, pembatasan aktivitas di luar rumah, pembatasan sosial skala besar (PSBB), dan memastikan akses kebersihan tangan di depan gedung fasilitas umum & pusat transportasi.

Masker mulut merupakan salah satu upaya yang memiliki peranan sangat penting di masyarakat dan menjadi sangat dibutuhkan di masa pandemi COVID-19. Beberapa fungsi masker mulut yaitu untuk mengurangi penyebaran virus dengan menyaring butiran cairan (*droplets*) dari saluran pernapasan seperti hidung dan mulut yang terlontar saat seseorang berbicara, bernyanyi, batuk, atau bersin (Unicef, 2021).

Dikarenakan virus ini dapat menyebar melalui *droplets*, maka masker mulut sangat berfungsi untuk mencegah penularan virus COVID-19.

Fungsi dari masker mulut yang sangat baik untuk mencegah penyebaran virus COVID-19 ini membuat antusiasme masyarakat untuk pembelian masker mulut meningkat pesat. Hal ini dibuktikan pada grafik antusiasme masker mulut berikut menggunakan catatan Google Trends di Indonesia:



Gambar 1. 1 Produk Kesehatan Paling Dicari

Sumber: <https://iprice.co.id/trend/insights/masker-mulut-corona/>

Berdasarkan data diatas terlihat saat kasus pertama penyebaran virus COVID-19 muncul di luar negara Indonesia pencarian akan masker mulut masih stabil. Namun ketika kasus COVID-19 ini muncul di Singapura dan Malaysia yang merupakan anggota dari Asia Tenggara membuat minat masyarakat Indonesia terhadap masker mulut meningkat drastis. Kemudian Tokopedia (2020) mengungkapkan bahwa nilai penjualan masker mulut meningkat 197 kali lipat pada bulan Maret 2020. Hal ini memperkuat bahwa peminat akan masker mulut meningkat sangat pesat di masa pandemi COVID-19

Peningkatan pesat penjualan masker mulut ini membuat banyak perusahaan berbondong-bondong untuk memproduksi masker mulut. Terdapat beberapa merek masker mulut yang ada di Indonesia yaitu Softies, Sensi, Nexcare, Sella, dan PrimaSK. Selain itu ada juga perusahaan retail yang memproduksi masker mulut meskipun perusahaan tersebut tidak fokus pada produksi masker mulut yaitu Indomaret. Beberapa merek ini berusaha untuk memproduksi masker mulut yang sesuai dengan kebutuhan para masyarakat. Dari beberapa merek tersebut, terdapat beberapa merek yang menjadi pilihan utama pelanggan untuk digunakan. Data pilihan masker mulut pelanggan untuk digunakan terdapat pada tabel berikut:

Tabel 1. 1
Top Brand Masker Mulut 2021

No	Brand	TBI
1	Sensi Mask	46,9%
2	Indomaret	17,1%
3	Nexcare	13,4%
4	Sella	12%
5	PrimaSK	8%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (diakses pada 8/11/2021; 22.08 WIB)

Tabel tersebut menunjukkan merek masker mulut yang menjadi pilihan masyarakat dan mendapatkan *Top Brand Award*.

PT Softex Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang ikut memproduksi produk kesehatan di Tanah Air yang bernama “Softies”. Softies memiliki 2 produk kesehatan yaitu hand sanitizer dan masker, untuk produk masker terdiri dari 2 jenis yaitu *Dialy Mask* dan *Surgical Mask*. Untuk *Dialy Mask* merupakan masker yang dapat melindungi dari abu, asap, dan bakteri serta terbuat dari bahan yang nyaman dan lembut (Softex Indonesia, 2021), sedangkan untuk *Surgical Mask* dapat melindungi dari abu, asap dan bakteri serta telah terbukti melalui tes BFE (*Bacterial*

Filtration Efficiency) sebesar 96% (Softex Indonesia, 2021). Selain itu Softies juga menyediakan masker mulut dengan gambar yang membuat lebih unik.

Berdasarkan hasil pemeringkatan dari *Top Brand*, Softies bukan merupakan salah satu bagian dari merek pada peringkat 5 besar. Di masa pandemi ini kepercayaan terhadap suatu merek sangat berpengaruh terhadap tingkat niat untuk membeli suatu produk. Dengan termasuknya Softies di dalam *Top Brand Award* akan meningkatkan niat seseorang untuk membeli produk Softies. *Top Brand Index* (TBI) merupakan hasil rata-rata bobot dari masing-masing parameter *Mind Share*, *Market Share* dan *Commitment Share*. Untuk parameter *Mind Share* mengartikan kesadaran akan merek tersebut di dalam pikiran masyarakat, *Market Share* merupakan merek yang dipakai pelanggan terakhir, dan *Commitment Share* merupakan niat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Tidak termasuknya Softies pada *Top Brand Award* terjadi yang berasal dari beberapa faktor tersebut.

Untuk meningkatkan TBI yaitu dengan meningkatkan masing-masing parameter tersebut yaitu salah satunya dengan meningkatkan niat pembelian ulang masyarakat terhadap masker mulut Softies. Untuk meningkatkan niat pembelian ulang masyarakat terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan, beberapa diantaranya yaitu kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan. Dalam masa pandemi meningkatkan TBI atau menjadi salah satu *Top Brand Award* akan membuat kepercayaan akan kualitas produk dengan harga yang sesuai dan dapat memberikan kepuasan, sehingga dapat meningkatkan niat pembelian dan niat pembelian ulang.

Kualitas produk merupakan faktor untuk membuat pelanggan merasa puas. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Giantari (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan, semakin tinggi kualitas suatu produk maka pelanggan akan merasa semakin puas dalam menggunakan produk tersebut. Kualitas suatu

produk ditentukan oleh performanya untuk menjalankan fungsinya. Apabila suatu produk dapat menjalankan fungsinya dengan baik maka pelanggan akan merasa puas terhadap kualitas produk tersebut.

Softies telah berupaya untuk memberikan produk yang berkualitas dengan memproduksi berbagai jenis masker mulut yang sesuai dengan kebutuhan kita, mulai dari keperluan sehari-hari hingga kebutuhan lebih dikhususkan. Selain itu Softies juga berusaha memberikan kualitas dengan memberikan standar filtrasi yang tinggi dengan BFE 96%. Namun terdapat beberapa hal yang menjadi kekurangan dari produk masker mulut Softies ini. Untuk dapat memberikan kualitas terbaiknya maka produk tersebut harus dapat digunakan dengan nyaman tanpa gangguan. Tali yang dimiliki Softies untuk mengaitkan maskernya ke telinga kerap mudah untuk lepas dari masker, hal ini dapat menyebabkan kualitas yang diberikan dari Softies tidak tersampaikan dengan baik kepada pelanggan. Selain itu bagian kawat untuk menyesuaikan dengan batang hidung pengguna juga mudah lepas dari masker.

Selain kualitas produk, hal yang menentukan kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk adalah harga. Di dalam penelitian Qian (2021) telah ditunjukkan bahwa harga produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Ketika nilai yang ditukarkan lebih rendah atau sama dengan manfaat dari memiliki produk atau jasa maka pelanggan akan timbulnya kepuasan pelanggan.

Softies berusaha untuk memberikan harga yang dapat dijangkau oleh para pelanggannya namun tetap sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Meskipun telah memberikan harga yang dapat dijangkau pelanggan, Softies tetap dikatakan memiliki harga yang tinggi dengan kualitas produk yang dimiliki dengan pesaingnya. Berdasarkan harga yang didapatkan melalui

toko daring Softies dihargai Rp 70.000 untuk 30 buah masker mulut dan Sensi sebagai pesaing menetapkan harga Rp 125.000 untuk 50 buah masker mulut. Perbedaan harga yang tidak signifikan ini membuat masyarakat lebih memilih masker mulut Sensi dengan kualitas yang sama baik daripada Softies. Dengan kualitas tali dan kawat yang mudah terlepas juga membuat pengguna menjadi boros dalam menggunakan masker tersebut, sehingga dapat mengeluarkan uang lebih banyak.

Tabel 1. 2
Daftar Harga Masker

No	Merek	Harga/box	Isi/box	Harga/masker
1	Sensi	Rp 125.000	50	Rp 2.500
2	Softies	Rp 69.507	30	Rp 2.317
3	Nexcare	Rp 55.800	48	Rp 1.163
4	Prima SK	Rp 51.000	50	Rp 1.020

Sumber: Tokopedia

Kepuasan pelanggan juga berpengaruh terhadap niat pembelian ulang. Kepuasan pelanggan merupakan hal penting untuk menentukan niat pembelian ulang. Kepuasan pelanggan dapat terganggu apabila produk tidak memberikan performanya dan memiliki harga yang mahal atau tidak sesuai dengan kualitasnya. Kualitas produk Softies yang memiliki tali dan kawat pengait yang mudah terlepas dari masker dapat membuat kepuasan pelanggan menjadi terganggu dikarenakan tidak dapat menggunakan masker itu kembali. Selain itu dengan mudah terlepasnya komponen tersebut akan membuat pelanggan menjadi lebih boros apabila dibandingkan dengan produk pesaing yang memiliki harga dengan selisih yang sedikit. Dengan beberapa masalah tersebut maka membuat Softies terganggu dalam mendapatkan kepuasan pelanggan dan membuat niat pembelian ulang yang rendah.

Ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Selpiah (2018) bahwa kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat

pembelian ulang. Niat pembelian ulang merupakan tindakan dari pelanggan untuk mau atau tidaknya membeli produk yang pernah dibeli (Kotler & Armstrong, 2018). Untuk mendapatkan niat pelanggan dalam membeli kembali produk yang telah kita jual maka kita perlu memperhatikan kepuasan pelanggan yang dirasakan. Di dalam menentukan kepuasan pelanggan maka kita harus memperhatikan bagaimana kita memberikan kinerja terbaik kita kepada pelanggan melalui kualitas produk dan bagaimana masyarakat mampu mendapatkan produk tersebut dengan uang yang dimiliki pelanggan.

Beberapa masalah yang dihadapi tersebut berasal dari beberapa ulasan yang diberikan oleh pelanggan melalui media toko daring. Berikut merupakan ulasan yang diberikan oleh pelanggan softies pada toko resmi softies di aplikasi Tokopedia:

Tabel 1. 3
Ulasan Pelanggan Softies

No	Variabel Penelitian	Ulasan
1	Kualitas Produk	D***I (Maret 2021/11 bulan lalu) “Tali maskernya gampang putus. Gak biasanya begini. Maaf, semoga kedepannya semakin diperhatikan kualitasnya” G***E (Februari 2021/ 1 tahun lalu) “ini kenapa sih jadi suka copot-copot talinya sama kawatnya keluar dari tempatnya. Tolong diperbaiki kualitasnya dong. Bahan sih emang bagus tapi kalo talinya copotan kan sebel”
2	Persepsi Harga	A***A (Januari 2022/ 1 bulan lalu) “Talinya mudah putus. Untuk sekelas harga seharga segini ini sangat disayangkan” M (November 2021/ 4 bulan lalu) “Untuk harganya masih sedikit terlalu mahal dibandingkan dengan kualitasnya”

3	Kepuasan Pelanggan	<p>D***I (Maret 2021/11 bulan lalu)</p> <p>“Ini kok tali maskernya pada gampang putus ya? Padahal <i>surgical mask</i> loh. Agak kecewa sih pembelian yang ini. Semoga kualitasnya tetap diperhatikan”</p> <p>R***Y (Juni 2021/9 bulan lalu)</p> <p>“Masker yang di dalam <i>box</i> ada yang kotor ada bercak hitam gak tau karena apa. Sangat kecewa atas kejadian seperti ini. <i>Quality control</i>-nya sangat jelek”</p>
4	Niat Pembelian Ulang	<p>A***G (Desember 2021/2 bulan lalu)</p> <p>“Kualitas menurun drastis. Press-pressan tali kasar, bikin sakit kalo dipake. Kualitas kainnya juga yang awalnya lembut tebal nyaman dipake, sekarang kayak masker 13.000-an di pinggir jalan. Jadi ragu kalau mau beli kedepannya padahal <i>official store</i>.”</p>

Sumber: Softex Indonesia Tokopedia Official Store

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pelanggan merasa puas akan produk yang dikeluarkan oleh Softies dan berniat untuk melakukan pembelian ulang dibanding beralih kepada pesaingnya yang lain. Sehingga peneliti dapat memberikan judul pada penelitian ini yaitu “**Analisis Niat Pembelian Ulang Masker Kesehatan di Masa Pandemi Covid-19**”.

1.2 Fokus Penelitian

Untuk membatasi penelitian ini agar penelitian tidak menjadi luas dan tetap fokus pada penelitian, maka peneliti membatasi masalah dengan menetapkan responden penelitian masyarakat yang telah membeli masker mulut Softies dan menggunakan masker mulut Softies setidaknya selama 1 bulan dan berdomisili di JABODETABEK.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian mengenai masker tersebut maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan masker Softies secara positif dan signifikan di masa pandemi COVID-19?
2. Apakah persepsi harga mempengaruhi kepuasan pelanggan masker Softies secara positif dan signifikan di masa pandemi COVID-19?
3. Apakah kualitas produk mempengaruhi niat pembelian ulang masker Softies secara positif dan signifikan di masa pandemi COVID-19?
4. Apakah persepsi harga dapat mempengaruhi niat pembelian ulang masker Softies secara positif dan signifikan di masa pandemi COVID-19?
5. Apakah kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi niat pembelian ulang masker Softies secara positif dan signifikan di masa pandemi COVID-19?
6. Apakah kualitas produk dapat mempengaruhi niat pembelian ulang masker Softies secara positif dan signifikan yang dimediasi kepuasan pelanggan di masa pandemi COVID-19?
7. Apakah persepsi harga dapat mempengaruhi niat pembelian ulang masker Softies secara positif dan signifikan yang dimediasi kepuasan pelanggan di masa pandemi COVID-19?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan masker Softies di masa pandemi COVID-19
2. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan masker Softies di masa pandemi COVID-19

3. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap niat pembelian ulang masker Softies di masa pandemi COVID-19
4. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap niat pembelian ulang masker Softies di masa pandemi COVID-19
5. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang masker Softies di masa pandemi COVID-19
6. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap niat pembelian ulang masker Softies di masa pandemi COVID-19 melalui kepuasan pelanggan
7. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap niat pembelian ulang masker Softies di masa pandemi COVID-19 yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat pada berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan Softex Indonesia (Softies) terkait menjaga dan mengembangkan kualitas dan harga produk serta menjaga kepercayaan masyarakat guna meningkatkan minat pembelian produk Softies.

2. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi penelitian berikutnya guna menambah bahan bacaan di perpustakaan dibidang referensi manajemen

3. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi kesempatan untuk menerapkan teori yang telah didapatkan penulis selama proses perkuliahan.