

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, plastik sudah jadi bagian keseharian manusia dan sering menggantikan bahan-bahan tradisional seperti kayu, logam, kulit, kertas, dan karet. Desain kemasannya 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 dan menjadikan celah bagi perusahaan, banyaknya produk yang beredar dipasaran akan membuat konsumen kesulitan untuk mengidentifikasi suatu produk, sehingga produk yang memiliki citra merek dan kualitas produk yang baik akan mudah diingat oleh konsumen.

Pada zaman sekarang ini sudah banyak produk-produk plastik yang beredar dipasaran yang dibuat dengan beraneka ragam bentuk, beraneka ragam gambar, dan beraneka ragam warna yang digunakan, seperti halnya lion star, lock & lock dan claris.

Salah satu produk yang diminati masyarakat adalah Tupperware, karena Tupperware merupakan wadah makanan/minuman yang aman, bersih

dan terbaik yang ada di pasaran, pada tahun 1938, Mr. Earl Tupper, seorang ahli kimia dari Amerika Serikat berusia 31 tahun mendirikan perusahaan *Tupper Plastic Company* dan pabrik pertamanya di *Farnumsville, Massachussets, USA* inilah produk plastik dengan merek *TupperPlastic* dijual tahun 1946 melalui toko dan katalog. Namun penjualan kurang sukses karena keistimewaan produk Tupperware yaitu “*SEAL*” atau tutupnya yang kedap udara dan kedap cairan ini tidak diketahui konsumen karena tidak ada penjelasan tentang itu, keadaan berubah ketika seorang wanita bernama *Brownie Wise* memperkenalkan cara penjualan produk Tupperware melalui “*PARTY PLAN/HOME PARTY*” atau peragaan dirumah-rumah yang terbukti lebih sukses dan efektif karena disertai penjelasan mengenai keistimewaan dan manfaat dari tiap produk. Secara resmi Tupperware dipasarkan di Indonesia tahun 1991, PT. Alif Rose di Jakarta merupakan Distributor resmi pertama Tupperware Indonesia yang tersebar di berbagai kota besar di seluruh Indonesia, didukung lebih dari 50.000 tenaga penjual independen/Dealer Tupperware pada jaringan Tupperware Indonesia, produk Tupperware berhasil menembus berbagai kalangan di Indonesia, pelatihan dan bimbingan yang diberikan Tupperware Indonesia merupakan bekal untuk menjadi tenaga penjual yang tangguh.

Tupperware ini terbuat dari bahan plastik terbaik karena material yang digunakan dalam memproduksi Tupperware telah memenuhi standard FDA (*Food and Drug Administration*), USA-EFSA (*European Food Safety Authority*), Eropa-JHOSPA (*Japan Food Safety Commision*), -JHOSPA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(*Japan Hygienic Olefin and Styrene Plastics Association*), sehingga bukan saja aman digunakan untuk menyimpan bahan makanan (*Food Grade*) namun juga ramah bagi lingkungan, pewarna yang digunakan dipilih dari *French Positive List*, kelayakannya telah mendapat persetujuan *The Council of Europe Commitee of Ministers Resolution AP*. Selain itu, dibanding dengan produk berbahan plastik lain, keistimewaan Tupperware adalah pada tutupnya yang kedap udara (agar makanan lebih higienis dan tahan lama) dan kedap cairan (anti bocor).

Produk Tupperware yang di keluarkan oleh Perusahaan Internasional memberikan jaminan kualitas produk yang baik, untuk menjaga kualitasnya, produk Tupperware tidak di jual di pasar umum, tetapi melakukan penjualan dengan sistem penjualan langsung (*direct selling*). Persepsi Tupperware sebagai produk yang berkualitas, aman dengan kemasan eksklusif telah cukup kuat menempel di mata masyarakat Indonesia, jika di tanya wadah makanan dari plastik yang berkualitas prima , Tupperware-lah yang terlintas di benak mereka, artinya *brand awareness* yang terbentuk mengenai produk sudah kuat, penelitian ini difokuskan kepada pegawai dan dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang membeli dan memakai produk Tupperware dalam kehidupan sehari-harinya.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pembelian Tupperware adalah faktor citra merek dan kualitas produk. Hal ini di sebabkan dengan adanya kualitas yang terjamin dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

citramerek yang melekat selama ini pada produk Tupperware maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam memilih Tupperware sebagai wadah makanan dan minuman dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat tema ini lebih jauh, seberapa besar citra merek dan kualitas produk menjadi pertimbangan kepuasan konsumen dalam memilih Tupperware di kalangan pegawai dan dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan memilih judul proposal sebagai berikut: “Pengaruh “Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Tupperware (Studi Pada Pegawai dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Ekonomi dan Ilmu Sosial).

Tabel 1.1
Jumlah Dosen dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Keterangan	L	P	Jumlah
Dosen	42	51	93
Pegawai	13	14	27
Total			120

Sumber: *Tata Usaha Fekonsos Uin Suska Riau, 2017*

Tabel 1.2
Jumlah Dosen dan Pegawai yang memakai produk Tupperware Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Keterangan	L	P	Jumlah
Dosen	6	34	40
Pegawai	8	10	18
Total			58

Sumber : *exploratory survey, 2017*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.3
Top Brand Award 2016
Kategori : Produk Rumah Tangga
Plastic Container Makanan

MERЕК	TBI	TOP
Tupperware	44.6%	TOP
Lion Star	36.9%	TOP
Lock & Lock	1.1%	
Clarıs	1.0%	

Sumber: Top Brand Indeks, 2016

Tabel 1.4
Botol Minum/Tumbler

MERЕК	TBI	TOP
Tupperware	75.9%	TOP
Lion Star	17.9%	TOP
Lock & Lock	2.5%	

Sumber: Top Brand Indeks, 2016

Berdasarkan data Top Brand Award 2016, ditemukan bahwa merek Tupperware selalu menduduki peringkat pertama dikalangan produk plastic yaitu pada jenis produk rumah tangga dengan persentase sebesar 44,0 % dan pada jenis botol minuman sebesar 75,9 %.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang, maka dapat di rumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada produk Tupperware di kalangan pegawai dan dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau ?

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada produk Tupperware di kalangan pegawai dan dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau ?
3. Apakah citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada produk Tupperware di kalangan pegawai dan dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada produk Tupperware di kalangan Pegawai dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada produk Tupperware di kalangan Pegawai dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada produk Tupperware di kalangan Pegawai dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini untuk menerapkan dan menggunakan teori-teori yang didapat dibangku kuliah khususnya ilmu manajemen pemasaran tentang citra merek, kualitas produk, dan kepuasan konsumen dengan kenyataan yang ada dilapangan.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pembanding dan revisi bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian selanjutnya di bidang pemasaran.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek, kualitas produk dan kepuasan konsumen produk Tupperware dalam meningkatkan penjualan produknya.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar pembahasan dalam proposal ini dibagi atas enam bab yang kemudian dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Secara sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang pemilihan judul, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Bab ini berisi tentang teori-teori dan pendapat para ahli yang merupakan dasar dalam melakukan penelitian atas permasalahan yang dibahas yaitu : pengertian pemasaran, pengertian manajemen pemasaran, pengertian citra merek, pengertian kualitas produk, pengertian kepuasan konsumen dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang metode , yaitu : lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang gambaran umum pegawai dan dosen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang memakai produk Tupperware.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Tupperware pada pegawai dan dosen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang penulis berikan kepada pihak perusahaan.