

# PENGARUH VARIASI PRODUK DAN IKLAN TERHADAP PERPINDAHAN MEREK SABUN KE DETTOL

Sulthan Muhammad Rais EJ<sup>1)</sup> , Linda Wati<sup>2)</sup>

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

E-mail: [Sulthanrais3@gmail.com](mailto:Sulthanrais3@gmail.com) , [lindawati@bunghatta.ac.id](mailto:lindawati@bunghatta.ac.id)

## PENDAHULUAN

Sabun penting untuk menjaga kebersihan dan kesehatan manusia, karena dapat menghindarkan manusia dari berbagai penyakit, oleh karena itu industri ini tidak akan terganggu oleh kondisi apapun [1]. Apalagi di masa pandemi Covid-19, laju pertumbuhan industri sabun benar-benar meningkat. Perkembangan industri kimia naik menjadi 4,67% di tahun 2020 yang disebabkan oleh meningkatnya produksi sabun, karena kebutuhan masyarakat untuk mencuci tangan naik pada saat pandemi Covid-19 yang mengakibatkan naiknya penjualan sabun dampak dari pandemi Covid-19 [2]. Menurut [3] sabun Dettol menjadi satu-satunya produk sabun yang terus mengalami peningkatan penjualan di masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu terdapat fenomena menarik kenapa hanya produk sabun Dettol yang terus mengalami peningkatan penjualan di masa pandemi covid-19. Beberapa hal yang menyebabkan perpindahan merek adalah variasi produk dan iklan [4]. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi ilmu pengetahuan yang akan datang dan dapat menjadi suatu sumber referensi bagi pihak yang membutuhkan.

## METODE

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian kuantitatif, analisis deskriptif diperlukan agar

dapat mengetahui tingkat capaian responden (TCR), Program SPSS digunakan untuk alat pengolahan data serta untuk menguji hipotesis, uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) digunakan dalam penelitian ini sebagai uji validitas, selanjutnya uji reliabilitas dan uji asumsi klasik dengan menggunakan uji normalitas ,serta koefisien determinasi untuk mengetahui nilai *R Square*, dan untuk pengujian hipotesis menggunakan uji T. Masyarakat di kota Padang yang melakukan pergantian merek sabun ke Dettol menjadi populasi dalam penelitian ini. Variabel variasi produk dan iklan menjadi independen dan perpindahan merek sebagai dependen. Teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang bisa juga disebut sebagai *purposive sampling* [5]. Ciri ciri yang dipakai adalah orang yang menggunakan sabun Dettol dan dulu nya pernah memakai sabun lain, dan berdomisili di kota Padang. Dalam penelitian ini menggunakan 60 responden. Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data menggunakan kuisioner dengan skala likert lima jawaban.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah antara variabel tersebut [5]. Pada uji T menunjukkan berapa jauh pengaruh suatu variabel terikat terhadap variabel bebas [5]. Dasar keputusan yakni jika

pada uji t nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

**Tabel 1 : Hasil Uji T**

	<b>Koefesien Regresi</b>	<b>T Hitung</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
Variasi Produk	0,152	3,534	0,001	diterima
Iklan	0,893	4,817	0,000	diterima

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa variabel variasi produk memiliki nilai koefesien regresi sebesar 0,152 dan t hitung 3,534 (positif) serta signifikan 0,001 (kecil dari 0,05). Temuan ini dapat diartikan bahwa variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek ke sabun Dettol. variabel iklan memiliki nilai koefesien regresi sebesar 0,893 dan t hitung 4,817 (positif) serta signifikan 0,000 (kecil dari 0,05). Temuan ini dapat diartikan bahwa iklan berpengaruh positif terhadap keputusan perpindahan merek ke sabun Dettol.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan dalam penelitian ini bahwa Variasi produk berpengaruh positif terhadap perpindahan merek ke sabun Dettol. Serta iklan berpengaruh positif terhadap perpindahan merek ke sabun Dettol.

Penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan maka untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas

sampel, dan menambahkan variabel lain yang dapat berhubungan dengan penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Dettol.co.id.(2023, 1 April). Sejarah Dettol. Diakses pada 1 April 2023, dari <https://www.dettol.co.id/tujuan-dettol/sejarah-dettol/#:~:text=Lahir%20pada%20tahun%201933%2C%20Dettol,terancam%20oleh%20sepsis%20ketika%20melahirkan.>
- [2] Antaranews.com.(2023, 19 Maret). Menguatkan Kesadaran Pentingnya Cuci Tangan Pakai Sabun. Diakses pada 19 maret 2023, dari <https://www.antaranews.com/berita/2461597/menguatkan-kesadaran-pentingnya-cuci-tangan-pakai-sabun>
- [3] Topbrand-award.com. (2023, 19 Maret). Top Brand Kategori Sabun Mandi. Diakses pada 19 maret 2023, dari [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_year=2017&tbi\\_index=top-brand&type=subcategory&tbi\\_find=sabun%20mandi](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2017&tbi_index=top-brand&type=subcategory&tbi_find=sabun%20mandi)
- [4] Huda, N., & Nurchayati. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Harga, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Ke Yamaha NMAX Di Semarang Selatan. *Jurnal Ilmiah UNTAG*, 7, 118-139.
- [5] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung :. Bandung: Alfabeta.