

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Industri kosmetik belakangan ini memang menjadi magnet yang dilirik pengusaha karena potensinya cukup besar. Ketatnya persaingan bisnis industri kosmetik menuntut perusahaan untuk lebih mengetahui hak-hak konsumen, yaitu meningkatkan produk-produk kosmetik yang bermutu dan aman. Apalagi di zaman ini produk kecantikan dari luar negeri pun dengan gampang nya di peroleh.

Bagi wanita, penampilan sangatlah penting karena wanita selalu ingin tampil cantik didepan orang lain. Kebutuhan wanita untuk tampil cantik seperti yang diinginkannya menciptakan potensi pasar yang sangat besar. Dalam kehidupan sehari-hari tanpa disadari mulai bangun tidur sampai akan tidur kembali pada malam hari sebagian besar wanita memakai kosmetik. Tak ada satupun bagian tubuh wanita yang luput dari produsen alat kecantikan dan perawatan tubuh.

Wajah menjadi indikator penilaian akan kecantikan yang paling mudah. Wajah menjadi bagian tubuh yang pertama kali ditangkap oleh indera penglihatan orang lain. Oleh karena itu, wajah menjadi hal yang penting bagi kelangsungan kehidupan social perempuan. Wajah yang bersih dan segar dianggap memberikan citra yang baik. Dikalangan masyarakat terutama wanita baik dari remaja ataupun orang tua saat ini lebih percaya akan jasa dan produk-

produk kosmetik yang memberi perubahan pada wajah menjadi lebih cantik, bersih, bisa menjadi daya tarik atau mengubah penampilan tanpa mempengaruhi struktur atau fungsi tubuh.

Kosmetik adalah zat perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik umumnya merupakan campuran dari beragam senyawa kimia, beberapa terbuat dari sumber-sumber alami dan kebanyakan dari bahan sintesis. Perihal atau tata cara menggunakan kosmetik disebut dengan **tata rias** atau *make up*.

Sebagai muslim yang baik bukan hanya masakan saja yang meski dijaga kehalalannya. Tetapi juga *kosmetik*, sebab kali ini *kosmetik* dengan label halal menjadi salah satu fokus industri kecantikan yang digarap sejumlah perusahaan kosmetik. Salah satu nya adalah Wardah produk *kosmetik* halal asal Indonesia.

Wardah adalah produk kosmetik yang khusus diperuntukkan bagi perempuan muslimah dan secara umum untuk perempuan yang mau memakai *kosmetik* yang aman tak mengandung bahan berbahaya serta bersertifikasi halal. Wardah sudah memiliki sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Selain dari sertifikasi tentunya perempuan juga melihat hasil dari pemakaiannya yang dapat dilihat dari Wardah *review* oleh para *beauty influencer*, *vlogger*, dan *bolgger*.

Keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Keputusan pembelian ini bisa dipengaruhi oleh promosi, mungkin promosi yang dilakukan *kosmetik* Wardah masih kalah gencar dari para pesaingnya dalam mengenalkan produk sehingga tidak banyak konsumen yang

mengetahui bahwa produk *kosmetik* Wardah halal dan baik, oleh karena itu produk *kosmetik* Wardah terus meningkatkan promosinya untuk meningkatkan minat konsumen. dengan meningkatnya minat konsumen dalam membeli produk *kosmetik* Wardah akan dapat ditentukan strategi apa yang dilakukan untuk dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli *kosmetik* Wardah yang ditawarkan.

Salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah faktor Kualitas Produk. Kualitas Produk merupakan karakteristik suatu produk yang menggambarkan keseluruhan fungsinya dan menciptakan keunggulan suatu produk yang sesuai dengan harapan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Kualitas produk Wardah dari fungsi nya ada manfaat yang dapat dirasakan seperti membuat muka lebih fresh, terlihat cerah dan awet muda. Dari fitur produk terdapat bentuk produk dari wardah yang simple dan kemasan mudah di bawa kemana-mana, ukuran nya pun bervariasi dari mulai yang kemasan kecil sampai sedang. Usia produk nya memiliki jangka waktu kadaluarsa yang cukup lama dan daya tahan produk bisa di bilang awet.

Fenomena yang terjadi terkait dengan kualitas produk yang ada pada Wardah yaitu fungsi produk yang manfaatnya dapat dirasakan seperti muka menjadi lebih segar dan cantik. Fitur produk yang memiliki bentuk / desain produk yang bervariasi dari mulai yang kecil sampai sedang agar mudah di bawa kemana-

mana saat traveling. Usia produk pada daya tahan produk nya awet tidak mudah pecah dan tidak cepat kadaluarsa atau bisa pemakaian dalam jangka panjang. .

Citra merek merupakan persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan dalam asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen. Konsumen yang berpendapat bagus terhadap citra merek akan selalu menggunakan produk yang ditawarkan, sehingga konsumen akan melakukan pembelian. Sebaliknya sikap mereka berpendapat kurang bagus atau kurang puas akan beralih ke produk lain. Merek menandakan tingkat kualitas tertentu sehingga pembeli yang puas dapat dengan mudah membeli produk kembali. Agar dapat mempertahankan konsumen dan meningkatkan penjualan Wardah perlu memperhatikan citra merek yang telah dimilikinya, sehingga dengan kualitas produk yang baik dan citra merek yang positif yang dimiliki oleh Wardah dapat membuat konsumen melakukan keputusan pembelian.

Fenomena yang terjadi terkait dengan citra merek yang ada pada Wardah, identitas yang di miliki Wardah jelas, terdapat nama merek di setiap produk nya dan disertai logo agar lebih memudahkan pembeli dalam memilih produk yang akan di beli.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Harga. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga *kosmetik* merupakan faktor penting bagi konsumen. Wardah telah menetapkan harga yang terjangkau namun masih saja ada yang mengeluhkan harga tidak lebih terjangkau dari produk pesaing, harga produk *kosmetik* Wardah sering

dibandingkan dengan harga produk kompetitor, namun perusahaan *kosmetik* Wardah berusaha mengatasi masalah tersebut dengan mengeluarkan berbagai produk yang bervariasi bagi konsumen yang baru pertama mencoba *kosmetik* dan menawarkan harga yang terjangkau dan mengadakan berbagai macam promo baik potongan harga atau hadiah lainnya. Harga adalah nilai pertukaran dari suatu produk atau jasa, harga merupakan faktor utamadalam bersaing untuk menjual barang industri maupun barang konsumen.

Fenomena yang terjadi terkait dengan harga yang ada pada Wardah adalah harga yang ditawarkan bersaing dengan produk yang lain. Penyesuaian harga dengan kualitas produk yang dihasilkan dan manfaat yang dirasakan. Terdapat potongan harga atau diskon pada hari-hari tertentu, dan diskon tambahan apabila membeli produk lebih dari 2 produk (misal), kemudahan dalam pembayaran.

**Tabel 1.1**

**Jenis Kosmetik Wardah yang Mendapatkan TOP Brand**

<b>Jenis Kosmetik</b>	<b>Nilai</b>
Body Butter	10,5% (TOP)
Sun Care	11,5% (TOP)
Lipstik	22,3% (TOP)
Lip Gloss	13,7% (TOP)
Blush On	23,0% (TOP)
Pensil Alis	12,3% (TOP)
BB Cream	22,3% (TOP)
Fondution	26,9% (TOP)

Bedak Muka Tabur	15,5% (TOP)
Bedak Muka Padat	26,0% (TOP)

Dari table di atas, membuktikan bahwa citra merek dan Kualitas Produk *Kosmetik Wardah* sudah cukup baik, karena diminati oleh banyak konsumen, dengan pembuktian mendapatkan Top Brand. Dengan adanya fenomena prestasi ini tentunya mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. karena dengan adanya pembuktian ini, konsumen lebih percaya bahwa *Kosmetik Wardah* mempunyai citra merek dan kualitas produk yang sangat baik.

**Tabel 1.2**  
**Penjualan Selama Empat Bulan Terakhir**

Merek	Data Penjualan			
	Oktober	November	Desember	Januari
Wardah	25%	33%	29,3%	21%
Pixy	9,6%	9,8%	14,87%	6,0%
Maybelline	16%	14,2%	8,91%	7,7%
Viva	8,85%	7,45%	5,25%	4,5%
Sariayu	7,5%	5,25%	4,75%	3,50%

Berdasarkan data yang diperoleh dari penjualan dapat dilihat bahwa penjualan dari beberapa produk kosmetik mengalami kenaikan dan penurunan selama 4 bulan terakhir. Namun produk Wardah tetap unggul dibanding produk pesaing.

Adapun Research Gap terkait kualitas produk, harga, citra merek terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 1.3**

***Research Gap***

Variabel	Nama Peneliti (Tahun)	Hasil
Kualitas Produk (X1)	Dama Yanti (2015)	Berpengaruh
	Alfiyah Nuraini(2015)	Berpengaruh
	Made Laksmi Saraswati (2016)	Tidak Berpengaruh
Citra Merek (X2)	Dama Yanti (2015)	Berpengaruh
	Alfiyah Nuraini(2015)	Berpengaruh
	Siti Nurhayati(2017)	Tidak Berpengaruh
Harga (X3)	Dama Yanti (2105)	Berpengaruh
	Alfiyah Nuraini(2015)	Berpengaruh
	Siti Nurhayati(2017)	Tidak Berpengaruh

Sumber : Data diolah peneliti 2020

Berdasarkan fenomena yang terjadi diatas dan masih adanya perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian selanjutnya dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Gerai Ramayana Pasar Kebayoran Lama”**.



## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Ramayana Pasar Kebayoran Lama?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Ramayana Pasar Kebayoran Lama?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Ramayana Pasar Kebayoran Lama?
4. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Ramayana Pasar Kebayoran Lama?

## **C. Batasan Masalah**

1. Dalam penelitian ini hanya membahas mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.
2. Penelitian dilakukan hanya pada *Kosmetik* Wardah di Gerai Ramayana Pasar Kebayoran Lama.

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Ramayana Pasar Kebayoran Lama ?



- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Ramayana Pasar Kebayoran Lama ?
- c. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Ramayana Pasar Kebayoran Lama ?
- d. Untuk mengetahui pengaruh Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai Ramayana Pasar Kebayoran Lama ?

## **2. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini digunakan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan guna mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia. Sekaligus wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran serta dampaknya bagi keputusan pembelian.

### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan langkah yang diambil terutama dalam meningkatkan Keputusan Pembelian dengan tujuan akhir meningkatkan penjualan.

### **3. Bagi Akademis**

Sebagai masukan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan yang diharapkan akan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membacanya.

