

BAB I

PENDAHULUAN

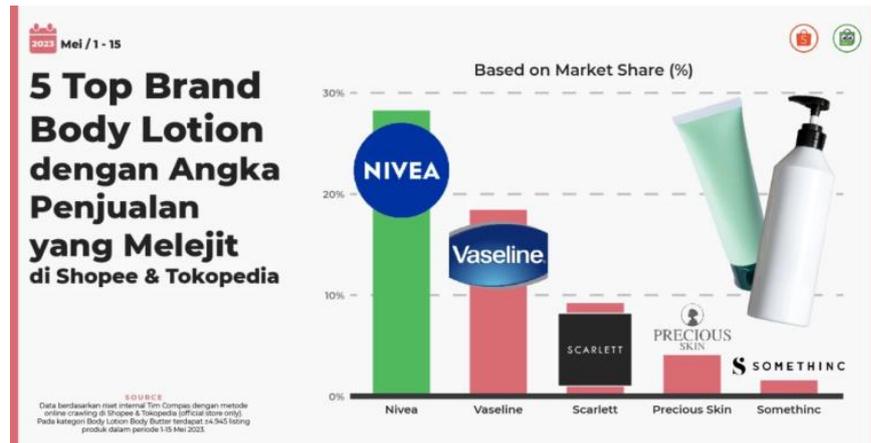
1.1 Latar Belakang

Perkembangan kebudayaan, perekonomian, teknologi dan perkembangan zaman di era globalisasi saat ini menyebabkan kebutuhan manusia semakin pesat dan terbatas tidak hanya pada kebutuhan pokok saja melainkan juga kebutuhan pribadinya sendiri. Pemuasan kebutuhan pribadi tersebut merupakan kebutuhan penting sebagai penunjang kebutuhan dasar, agar kelompok tertentu dapat menduduki tempat yang setara dalam hal pemenuhan kebutuhan dasar. Wanita sering menginginkan kebutuhan pribadi dengan cara merawat penampilan melalui perawatan kesehatan serta kecantikan kulit dan tubuh, Suastini (2019). Penampilan yang cenderung tidak menarik akan merasa tersisih dari lingkungan pergaulannya. Para wanita rela mengeluarkan biaya besar untuk melakukan perawatan kecantikan. Namun, bukan hanya kaum wanita saja yang sangat memperhatikan kesehatan kulit, di era modern saat ini tidak sedikit kaum pria yang melakukan perawatan untuk menjaga kesehatan kulitnya.

Pergaulan maupun dalam profesionalisme kerja para kaum wanita dan pria harus dituntut untuk tampil rapi, bersih serta menarik, maka dari itu dibutuhkan berbagai macam produk yang dipercaya dapat merawat tubuh agar timbul percaya diri. Persaingan sangat cepat terjadi begitu ketat dalam dunia bisnis. Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia sangatlah

pesat setiap tahunnya. keindahan dan kesehatan begitu identik dengan ciri khas kosmetik.

Gambar 1.1 Data Penjualan Mei 2023



Sumber : Kompas.co.id. <https://kompas.co.id/article/brand-body-lotion/> Tahun 2023

Pasar perawatan tubuh di e-commerce terus berkembang pesat, di tengah persaingan yang ketat, penjualan body lotion terus menunjukkan pertumbuhan yang mengesankan. Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa nivea menduduki peringkat no 1. nivea memperkuat dominasinya dengan penjualan 77.3 ribu produk body lotion dan pendapatan mencapai Rp5.7 miliar. Dalam periode dua minggu, *market share* Nivea mencapai 28,16%. Menyusul di posisi kedua dengan pangsa pasar 18,30%, Vaseline menjadi pesaing tangguh meskipun penjualan sebesar 56.6 ribu produk, serta berhasil mencatatkan pendapatan sekitar Rp3.7 miliar. Ketiga yaitu produk Scarlett Tampil dengan keunikan yang memikat, Scarlett merekam penjualan 19.4 ribu unit dan berhasil mengumpulkan pendapatan Rp1.9 miliar. Angka ini setara dengan *market share* sebesar 9,20%. Keempat

yaitu Precious Skin, Dengan *market share* 4,08%, Precious Skin menarik perhatian dengan penjualan sebesar 15.1 ribu produk dan menghasilkan *revenue* senilai Rp823.4 juta. Dalam upaya untuk terus berkembang, Precious Skin telah menargetkan pelanggan yang sadar akan bahan alami dan ramah lingkungan. Terakhir dalam daftar ini yaitu Somethinc memegang *market share* sebesar 1,48% dengan penjualan sekitar 3.9 ribu produk, dan *revenue* mencapai Rp298.8 juta.

Harga menjadi pertimbangan penting ketika membeli suatu produk. Dalam hal harga yang ditetapkan oleh perusahaan sudah sesuai dengan pembeli, maka pilihan barang tertentu akan dibebankan pada pilihan barang tersebut. Marlina. C. Rangian (2022). Menurut Dewi Ismiatun (2022), Harga adalah jumlah uang tunai yang dibebankan atas suatu barang atau jumlah harga yang diperdagangkan oleh klien untuk mendapatkan manfaat dan mengklaim serta memanfaatkan suatu barang atau manfaat. Ada banyak variabel terkait biaya yang menentukan mengapa pembeli memilih suatu barang. Harga harus di cek setiap saat agar perusahaan mengetahui berapa banyak permintaan produk, apabila harga semakin tinggi maka permintaan menjadi semakin rendah, Hariman Syaleh (2017). Dari pengertian tersebut harga menjadi aspek terpenting untuk kemajuan perusahaan karena dengan adanya kebijakan harga yang ditentukan perusahaan dapat menjadi pertimbangan untuk konsumen saat melakukan pembelian kembali produk tersebut.

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Produk Body Lotion

Nama	Harga
Nivea extra white care & protect serum 180 ml	36.500
Vaseline healty bright gluta hyaluron 200 ml	56.500
Citra bengkoang 230 ml	26.900
Marina healty booster bright serum 185 ml	10.200
Scarlett whitening body lotion jolly 300 ml	75.000

Sumber : shopee mall 2023

Dalam menentukan harga produk *body lotion* perusahaan berusaha menetapkan harga jual yang pantas dan terjangkau oleh daya beli konsumen, dengan harapan konsumen akan melakukan pembelian yang berkelanjutan. Namun harga di sini juga tergantung pada kesesuaian kualitas produk dan harga suatu produk pesaing yang ada di pasaran, sehingga harga body lotion Nivea berkisar Rp 36.500. harga tersebut sangat terjangkau tidak murah dan juga tidak mahal sehingga dapat dijadikan salah satu pertimbangan bagi konsumen yang sedang ingin membeli.

Promosi adalah tindakan yang bertujuan untuk menyebarkan data, mempengaruhi, atau mengingatkan target pasar tentang suatu produk-produknya, agar mereka mau mengakui, membeli dan tetap loyal terhadap produk yang diiklankan oleh perusahaan. Steve Sumilat (2022). Promosi dilakukan untuk mengajak orang atau konsumen untuk tertarik dalam membeli produk yang di tawarkan melalui sosial media yaitu seperti, instagram, marketplace, facebook, twitter dan lain sebagainya yang diharapkan yaitu munculnya minat beli di dalam dunia bisnis, Kegiatan

perusahaan dalam melakukan promosi sering kali berbeda-beda dan banyak variasinya akan tetapi memiliki tujuan yang sama mengikuti apa yang akan mereka pasarkan, dengan apa keadaan pasarnya kini, hingga target segmentasi pasarnya berjalan dengan baik. ada beberapa macam promosi seperti memberi diskon, menggunakan celebrity endorser, digital marketing dan masih banyak lagi.

Tabel 1.2 Perbandingan Promosi Produk Body Lotion

Nama	Harga	Diskon	Harga setelah diskon
Nivea extra white care & protect serum 180 ml	36.500	11%	32.500
Vaseline healty bright gluta hyaluron 200 ml	56.500	19%	45.700
Citra hand & body lotion natural glow 230 ml	26.900	22%	21.100
Marina healty booster bright serum 185 ml	10.200	15%	8.670
Scarlett whitening body lotion jolly 300 ml	75.000	33%	49.900

Sumber : shopee mall 2023

Dapat dilihat pada tabel diatas yaitu perbandingan promosi produk body lotio pada platform shopee di hari biasa bahwa produk nivea memberi diskon 11% yang awalnya harga 36.500 menjadi 32.500. produk Vaseline memberi diskon 19%. produk citra memberi diskon 22 %. produk marina memberi diskon 15%. produk scarlett memberi diskon 33%. saat adanya tanggal kembar di shopee produk tersebut memberi lebih banyak diskon hingga beli 1 gratis 1.

Kualitas produk merujuk pada semua faktor yang ada dalam suatu produk, membuatnya bermanfaat dan bernilai sesuai dengan tujuan pembuatannya, Yudha Dwiputra (2022). Sedangkan menurut Marlina. C.

Rangian (2022), Kualitas produk merupakan salah satu elemen penentu posisi yang sangat krusial bagi pemasarmaka dari itu kualitas berdampak pada kinerja produk atau layanan, dan karena itu, erat kaitannya dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Menurut Erdalina (2018), produk yang berkualitas dan memiliki manfaat cenderung lebih disukai masyarakat karena masyarakat percaya bahwa produk berkualitas tinggi dapat memberikan nilai plus dibandingkan produk berkualitas biasa. Umumnya, saat membeli suatu produk pembeli sering memeikirkan beberapa pertimbangan agar kualitas yang dipilih sesuai dengan keinginan pembeli. apabila kualitas suatu produk tinggi, maka semakin tinggi juga rasa minat pembeli untuk melakukan pembelian. Produk kosmetik selalu memiliki keunggulan pada kualitas produknya, dan pembeli bebas memilih mau produk seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Tabel 1.3 Data Kualitas Produk

Produk-produk ini dipilih secara teliti dengan mempertimbangkan kualitas produk

No	Merek produk
1.	Scarlett Whitening
2.	Vaseline
3.	Nivea
4.	Precious Skin
5.	Garnier
6.	Madame Gie
7.	Grace And Glow
8.	Kojie-San
9.	Real White

Sumber : my best. <https://id.my-best.com/19619> Tahun 2023

Produk diurutkan berdasarkan popularitasnya di marketplace Shopee dengan mempertimbangkan kriteria. Cara memilih hand and body lotion untuk menentukan kualitas produk menurut Dokter spesialis kulit dan kelamin yaitu dr. Dian Pratiwi. Pertama, Ketahui jenis bahan aktif yang dapat mencerahkan kulit, Kedua, Sesuaikan dengan jenis kulit, Ketiga, Periksa kandungan tabir surya dan kadar SPF-nya, Keempat, Pilih yang memiliki daya pelembap tinggi dan teksturnya nyaman. *body lotion* hadir dengan berbagai karakteristik dan kegunaan yang disesuaikan untuk beragam masalah dan jenis kulit. Hal ini tentu harus menjadi pertimbangan utama agar *body lotion* yang digunakan tidak menimbulkan reaksi alergi.

Keputusan pembelian adalah hasil pertimbangan yang diinginkan oleh seseorang untuk menentukan opsi-opsi yang memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Menurut Tolan Mita Sari (2021), Keputusan pembelian adalah langkah dalam rangkaian proses di mana pembeli membuat keputusan untuk benar-benar melakukan pembelian. Yudhistira Adwimurti (2023) Menggambarkan bahwa memperoleh pilihan pembelian mencakup serangkaian langkah yaitu pembeli mengenali masalah, mencari solusi, menilai pilihan, dan memilih di antara pilihan perolehan yang berbeda. Agnes Adelia Poespa (2021) Berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen termasuk kualitas produk, harga, promosi, dan penjualan, yang secara kolektif dinyatakan sebagai bauran pemasaran. hal ini merupakan unsur-unsur kelompok di industri yang diatur dan diawasi oleh industri.

Tabel 1.4 Data Produk Yang Paling Diminati Sesuai Dengan Rating Tahun 2015-2023

No	Hand and Body Lotion Nivea	Rating 1-5 Star
1	Extra White Care & Protect Body Serum	4,3 Star
2	Extra White Night Nourish Body Serum	4,1 Star
3	Daily Protection Sun Lotion SPF 33 PA+++	4,1 Star
4	Extra White Radiant & Smooth Serum	4,2 Star
5	Intensive Moisture Body Serum	4,5 Star
6	Extra White Instant Glow Body Serum	4,1 Star
7	Extra Bright 10 Super Vitamin & Skin Foods	4,2 Star
8	Extra White Anti Age Body Serum	4,4 Star
9	Extra Bright C&E Vitamin Lotion	4,5 Star
10	Body Sun Serum Triple Protect Extra Radiance and Smooth SPF 50 PA+++	4,9 Star

Sumber : Female Daily Tahun 2023

Dari tabel diatas yang menunjukkan minat konsumen yang dapat dilihat dari rating kepuasan konsumen yang dijadikan dasar untuk keputusan pembelian ulang. dapat dilihat pada tabel bahwa semua produk hampir mencapai angka 5. hand and body lotion Nivea juga memiliki banyak pilihan variasi yang menawarkan fungsi yang berbeda. Nivea diformulasikan untuk membantu menjaga kelembaban, mencerahkan kulit dan kesehatan kulit sebagai pelembab kulit. Keputusan pembelian produk merupakan salah satu pengaruh dalam penjualan. Pada umumnya konsumen cenderung membeli produk dengan melihat review dari merek yang sudah dikenalnya atas dasar pertimbangan produk terlaris, kenyamanan, kemananan dan lain-lain. Semakin tinggi tingkat keputusan pembelian akan suatu produk maka akan semakin melekat produk tersebut dalam benak konsumen.

Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia sangatlah pesat setiap tahunnya. Kosmetik begitu identik dengan hal-hal mengenai keindahan dan kesehatan. Dengan pemakaian produk-produk kosmetik dipercaya dapat mempercantik diri tidak hanya itu tetapi juga berfungsi untuk merawat dan mempertahankan kecantikan guna untuk selalu tampil bersih, rapi, menarik dalam pergaulan maupun dalam profesionalisme kerja para kaum wanita dan pria. Kondisi seperti ini banyak dimanfaatkan oleh produsen-produsen kosmetik sebagai peluang besar. Telah banyak bermunculan penemuan baru dengan beragam tata cara yang berkenaan dengan perawatan kulit wajah dan badan yang digunakan untuk membantu kebutuhan dalam melindungi serta menjaga kesehatan kulit wajah maupun tubuh. Setiap berbagai macam kosmetik menunjukkan keunggulan masing-masing agar dapat menarik konsumen dan diakui oleh seluruh kalangan masyarakat.

Nivea adalah merek kosmetik dari perusahaan Jerman yang diproduksi. Produk yang diproduksi oleh Beiersdorf salah satunya yaitu merek Nivea ada beberapa produk seperti lipstik, pelembab, serta *hand & body lotion*. Di Indonesia, Nivea diproduksi oleh PT. Beiersdorf Indonesia pada tahun 1960. Di Indonesia sudah tidak asing dengan produk *hand & body lotion* merek Nivea. Produk Nivea identik dengan segmen wanita dewasa saja akan tetapi kini Nivea mulai membidik pasar remaja Indonesia karena mereka beranggapa bahwa pasar ini sangat potensial karena pada masa remaja umumnya para gadis lebih memperhatikan

kecantikan dan bahkan segmentasi produk Nivea sekarang ditujukan juga kepada pria. Nivea terbilang cukup aktif dalam berpromosi terutama lewat media iklan dimana dalam iklan tersebut berisi pengalaman atau cerita seseorang yang menggunakan produk tersebut serta menimbulkan keinginan seseorang untuk membeli produknya.

Peneliti memilih kota Surabaya karena kota Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Kota Jakarta. Sebagai kota metropolitan, Surabaya menjadi pusat kegiatan ekonomi, keuangan, dan bisnis di daerah Jawa Timur dan sekitarnya sehingga banyak dijumpai gedung tinggi dan mall besar maka dari itu masyarakat Surabaya banyak yang terdorong dengan gaya hidup yang tinggi. Menurut badan pusat statistik (2022) mayoritas penduduk kota Surabaya berjenis kelamin perempuan sebanyak 1,45 juta jiwa dan berjenis laki-laki sebanyak 1,43 juta jiwa sehingga kota Surabaya cocok dijadikan tempat penelitian karena lebih banyak wanita yang melakukan perawatan tubuh untuk menunjang penampilan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Hand & Body Lotion* Nivea (Studi Kasus Pada Pengguna Produk *Hand & Body Lotion* Nivea di Surabaya)”

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang di jadikan objek penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah harga, promosi, kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Nivea di Surabaya?
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Nivea di Surabaya?
3. Apakah promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Nivea di Surabaya?
4. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Nivea di Surabaya?

1.3 Tujuan

Dari uraian latar belakang diatas dapat dikemukakan tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis harga, promosi, kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Nivea di Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Nivea di Surabaya.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Nivea di Surabaya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Nivea di Surabaya.

1.4 Manfaat

Secara teoritis

Manfaat teoritis merupakan manfaat jangka panjang dalam pengembangan teori pembelajaran, Manfaat secara teoritis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan ilmiah dalam rangka penerapan teori-teori yang ada serta untuk mengetahui sejauh mana tingkat kemampuan peneliti dalam meneliti sebuah masalah yang pada akhirnya digunakan sebagai masukan atau pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja serta pengambilan keputusan yang tepat.
2. Penelitian ini di harapkan bisa menjadikan referensi penelitian selanjutnya khususnya dalam Ilmu Adminitrasi Bisnis yang berkaitan dengan keputusan pembelian yang meliputi analisis validitas dll.

Secara praktis

Manfaat praktis memberikan dampak secara langsung terhadap komponen-komponen pembelajaran. Manfaat secara praktis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak konsumen sebagai bahan pertimbangan mengenai produk Nivea.
2. Sebagai sumbangan pemikiran dan masukan terhadap perusahaan Nivea di masa sekarang maupun di masa mendatang dalam menyusun strategi perusahaan dalam meningkatkan keputusan pembelian.