

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang semakin cepat dan laju, pertumbuhan penduduk yang semakin padat, merupakan faktor pertumbuhan ekonomi semakin tajam terutama dalam memasarkan produk – produknya baik berupa barang maupun jasa kepada masyarakat atau konsumen.

Pemasaran termasuk adalah kegiatan yang penting bagi perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan perkembangannya, serta untuk memperoleh keuntungan besar. Pemasaran berada diantara produksi dan konsumsi, ini berarti bahwa pemasaran menjadi penghubung antara keduanya. Dalam kondisi perekonomian sekarang ini, tanpa adanya pemasaran perusahaan akan sulit mencapai tujuan yang ditentukan. Kebutuhan manusia merupakan suatu keadaan akan sebagian dari pemuasan dasar yang dirasakan atau disadari. Menurut Kotler (dalam Naufal 2014) kebutuhan adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu. Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda – beda khususnya wanita, terlebih untuk tampil menarik dan menyenangkan dengan menggunakan berbagai varian kosmetik. Kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan keinginan konsumen, agar tampil lebih cantik dan menarik. Kebutuhan konsumen akan kosmetik semakin tinggi karena selain untuk perawatan tubuh, kosmetik juga menunjukkan identitas atau jati diri seseorang dalam komunitas tertentu. Untuk tampil menarik banyak cara yang ditempuh antara lain perawatan

kecantikan, pengaturan makanan dan pola makan serta menggunakan kosmetik. Konsumen harus selektif dalam memilih kualitas produk kosmetik yang sesuai dengan kebutuhannya.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas merupakan syarat utama diterimanya suatu produk di pasar. Saat ini banyak kosmetik yang beredar di pasaran, sehingga menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih salah satu yang dianggap tepat. Kualitas produk kosmetik memiliki keunggulan dan ciri – ciri tersendiri yang membedakan dari produk pesaing sejenis. Oleh karena itu, konsumen saat ini dituntut untuk dapat memilih secara selektif dari pilihan merek – merek yang dihasilkan oleh berbagai produsen kosmetik. Apabila konsumen tidak jeli, dan tidak memperhatikan kandungan komposisi produknya, maka kandungan bahan berbahaya bisa mengancam bagi kesehatan konsumen.

Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Berbagai usaha ditempuh perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas, antara lain dengan menerapkan kontrol yang ketat pada setiap proses mulai dari penyiapan bahan baku sampai penyimpanan produk jadi. Sebagian besar konsumen semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

Harga juga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi

pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa, menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan. Kualitas produk yang baik dan harga terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu. Produk kosmetik yang digunakan konsumen juga harus berkualitas dan halal, supaya produk kosmetik yang halal bisa dipastikan masuk dalam kosmetik yang aman berkualitas dan tidak menggunakan bahan yang berbahaya. Dengan menggunakan kosmetik halal, bukan saja konsumen akan tampil cantik namun juga menanamkan upaya menjaga kesehatan.

Begitupun juga dengan PT. Paragon Technology and Innovation merupakan salah satu produsen kosmetik asli Indonesia yang mengutamakan kualitas dan kehalalannya. Perusahaan ini memproduksi tiga merek kosmetik antara lain Puteri, Zahra, dan Wardah. Wardah merupakan merek unggulan PT Paragon Technology and Innovation dibandingkan dua merek yang lain. Wardah adalah salah satu kosmetik halal yang sudah mendapatkan ijin dari LPPOM MUI 2015, dan berkomitmen puluhan tahun untuk selalu mengedepankan kualitas produknya dalam mendukung wanita tampil cantik sesuai karakternya masing – masing. Dalam persaingan yang ketat di dunia kosmetik, harga juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan penetapan harga akan mempengaruhi permintaan dari suatu produk.

Dalam hal harga, kosmetik Wardah memberikan harga yang cukup bersaing dengan merek - merek kosmetik lain ditunjang dengan kualitas yang baik, Wardah juga kerap memberikan diskon kepada konsumennya.

Setiap penciptaan kosmetik dan perawatan kulit, wardah adalah hasil dari proses berteknologi modern di bawah pengawasan ahli serta dokter kulit. Hal inilah yang membuat wardah tumbuh dan memfokuskan kualitas produk mereka berbahan baku yang aman dan halal, yang diciptakan untuk kenyamanan dan ketenangan wanita yang menggunakannya. Strategi pemasaran Wardah mulai dari iklan di media siar, cetak, maupun peningkatan pelayanan di counter seperti konsultasi make up, dan terus menjaga hubungan dan komunikasi yang baik kepada para retailer. Wardah juga masuk ke event – event fashion show, dan make up sponsor untuk film.

Wardah mulai populer di kalangan masyarakat sejak dua – tiga tahun terakhir. Hal ini yang menunjukkan kosmetik Wardah lebih unggul daripada Kosmetik yang ada di Indonesia. Berikut penghargaan Top Brand Award 2016 pada kategori Kosmetika :

Tabel 1.1

Pemberian Penghargaan Top Brand Award

MEREK	TOP BRAND INDEX	TOP
Wardah	17.2 %	TOP
Pixy	15.6 %	TOP
Sariayu	9.0 %	
La Tulipe	8.9 %	

Viva	8.0 %	
Maybelline	4.5 %	
Oriflame	4.3 %	

Sumber : Top Brand Award 2016

Kini pembeli kosmetik wardah tidak hanya dari kalangan berumur tetapi kosmetik wardah juga banyak diminati kaum muda, terutama pelajar dan mahasiswa karena kualitas produk yang berlabel halal dan harganya juga sesuai dengan kantong mereka untuk membeli produk kosmetik wardah. Konsumen memiliki kemampuan untuk memilih produk merek sesuai keinginannya.

Melihat fenomena tersebut, di perlukan sebuah penelitian untuk mengetahui mengenai kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Perusahaan harus mengetahui harapan konsumen terhadap kualitas produk terutama untuk kehalalan dan harga yang ditawarkan produsen, apakah kualitas kosmetik wardah sesuai atau melebihi harapan konsumen, dan apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Hal ini menyadarkan produsen bahwa konsumen yang merasa amat puas maka akan setia terhadap produk sehingga menghasilkan efek positif bagi perusahaan dimana hal tersebut nampak dari reaksi konsumen yang akan tetap menjadi pelanggan dengan membeli suatu produk dan harga terjangkau. Peneliti meneliti variabel kualitas produk dan harga karena variabel tersebut dipertimbangkan konsumen dalam membeli suatu produk.

Konsumen akan membeli suatu produk dengan melihat kualitasnya, dan kualitas tersebut harus sesuai dengan harga. Jika produk itu berkualitas

meskipun harganya tinggi, konsumen akan tetap membeli produk tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti meneliti konsumen atau mahasiswa yang bertempat tinggal di Asrama Putri Bela Negara UPN “Veteran” Jawa timur yang membeli dan menggunakan produk kosmetik wardah. Asrama Putri Bela Negara UPN “Veteran” Jawa timur adalah tempat tinggal mahasiswa yang disediakan oleh pihak universitas untuk membantu para mahasiswa agar mendapatkan tempat tinggal, untuk bisa beradaptasi dengan lingkungan baru aman dan nyaman serta agar dapat melatih penghuni untuk bersosialisasi dan berinteraksi dengan teman baru dari berbagai macam daerah, suku, dan agama. Di Asrama Putri Bela Negara UPN “Veteran” Jawa timur terdapat 96 kamar. Setiap kamar dihuni oleh 3 mahasiswa sehingga seluruh jumlah penghuni asrama 288 mahasiswa.

Peneliti meneliti konsumen atau mahasiswa yang membeli dan menggunakan semua produk wardah, tidak hanya pembersih wajah, pelembab, bedak, lipstick dan parfum namun semua konsumen atau mahasiswa yang membeli dan menggunakan produk kosmetik wardah.

Mengenai hal ini penulis tertarik untuk meneliti konsumen yang membeli dan menggunakan kosmetik wardah yang bertempat tinggal di Asrama Putri Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur karena memang asrama tersebut khusus untuk mahasiswa perempuan. Oleh karena itu perempuan identik dengan kosmetik, sehingga mahasiswa membutuhkan kosmetik untuk memperbaiki penampilan. Sebelum mahasiswa membeli produk kosmetik, mahasiswa akan memilih produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau, termasuk produk

yang bersertifikat halal dan harga yang sesuai seperti kosmetik Wardah yang sudah di uji kehalalannya.

Berdasarkan paparan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen yang membeli dan menggunakan kosmetik Wardah bertempat tinggal di Asrama Putri Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur)

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan di atas maka, pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen yang bertempat tinggal di Asrama putri Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur ?
2. Apakah secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen yang bertempat tinggal di Asrama putri Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen yang bertempat tinggal di Asrama putri Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen yang bertempat tinggal di Asrama putri Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoristis

Memberikan bukti secara empiris mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pemakaian suatu produk. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoristis pada pengembangan teori pemasaran khususnya teori dalam pemasaran produk.

2. Manfaat Praktis

- a. Pemakai Kosmetik Wardah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang positif untuk pemakai kosmetik Wardah sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan keputusan pembelian terhadap kosmetik Wardah.

- b. Referensi penelitian yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan dapat digunakan sebagai dasar pemikiran khususnya yang berminat melakukan penelitian selanjutnya.