

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih dan modern, persaingan usaha di Indonesia semakin meningkat. Dengan adanya persaingan usaha yang semakin meningkat, tentunya mendorong setiap pemangku usaha baik usaha besar, menengah ataupun kecil untuk meningkatkan eksistensi dalam usahanya.

Pada era globalisasi saat ini dengan adanya dunia usaha yang menuntut pemangku usaha untuk menjadi kreatif dan inovatif dalam melayani pelanggan mereka, salah satunya menawarkan produk atau jasa dengan memberikan pelayanan yang baik. Di dalam suatu usaha peran pelanggan sangat dibutuhkan karena pelanggan merupakan ujung tombak yang dapat menciptakan penjualan dan keuntungan bagi suatu usaha. Jika pelanggan meningkat maka penjualan dan keuntungan akan semakin meningkat pula, begitu pun sebaliknya. Pelanggan akan memakai produk atau jasa apabila pelanggan tersebut sudah merasa puas terhadap pelayanan yang sudah disajikan. Apalagi jika suatu usaha berusaha untuk memberikan pelayanan terbaiknya, pasti pelanggan tersebut akan semakin merasa senang. Dan pelanggan tersebut juga akan menceritakan kepada masyarakat lainnya untuk sama-sama menggunakan produk atau jasa yang telah digunakannya, ini merupakan salah satu bentuk dari pemasaran mulut ke mulut.

Perkembangan dunia bisnis yang pesat di Indonesia salah satunya di bidang kecantikan. Kondisi ini ditandai dengan ramainya persaingan usaha di bidang kecantikan. Meningkatnya kebutuhan lahiriah manusia yaitu

selalu ingin tampil sempurna dalam berbagai keadaan. Hal tersebut menjadi pendorong bisnis kecantikan untuk terus berkembang pesat karena permintaan kecantikan terus bertambah. Perilaku terhadap penampilan diri ini misalnya perawatan tubuh dan wajah adalah hal yang positif apabila dilakukan dengan teknik yang baik dan benar. Tetapi pada kenyataannya wanita yang berupaya merawat tubuhnya agar tampilannya terlihat menarik justru mendapatkan hasil yang sebaliknya, contohnya perawatan tubuh yang dilakukan secara instan untuk mempercantik diri justru malah memperburuk tampilannya. Pada penampilan diri seperti perawatan tubuh, selain memperindah penampilan juga sekaligus menutupi kekurangan yang terdapat pada tubuh wanita tersebut. Kecantikan sebagai salah satu penampilan, hal ini dapat diatasi dengan rias wajah. Rias wajah merupakan suatu kebutuhan dan keinginan bagi setiap wanita, terlebih pada para wanita karier dalam menunjang aktivitas/keberhasilan dalam pekerjaannya. Dari sini dapat bermunculan bisnis-bisnis *make-up artist*.

Bisnis kecantikan di Indonesia sendiri berkembang pesat hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan pasar *skincare* atau toko kecantikan. Semakin hari semakin meningkat jumlah usaha di bidang kecantikan baru yang muncul. Hal ini membuat setiap pemangku usaha industri kecantikan harus lebih berusaha keras untuk merebut hati setiap pelanggannya/konsumen agar pelanggannya tetap setia menggunakan produknya. Memberikan nilai atau kepuasan pelanggan adalah salah satu hal yang terpenting agar persaingan di dunia bisnis dapat dimenangkan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa bisnis kecantikan yang digeluti harus mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan dengan bisnis kecantikan lain. Pemangku usaha harus dapat melihat pasar atau peluang usaha yang berkembang di era sekarang ini, contohnya klinik kecantikan (salon kecantikan) dan bisnis toko kecantikan .

Mengeluti usaha toko kecantikan/bisnis kecantikan dalam era sekarang, ternyata tidaklah mudah. Harus dituntut menguasai keterampilan, mutu pelayanan terhadap konsumen yang maksimal serta produk kecantikan

yang bagus tapi harga dapat dijangkau, yang paling penting adalah suatu perencanaan bisnis yang matang atau pengelolaan manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan) bisnis yang baik. Industri toko kecantikan disebut juga industri *repeatbusiness*, artinya usaha ini mengandalkan para pelanggannya untuk kembali secara teratur ke toko tersebut disamping terus-menerus.

Semakin ketatnya persaingan pasar di bidang kecantikan mengharuskan setiap toko kecantikan atau bisnis kecantikan untuk memiliki keunggulan dibandingkan dengan toko kecantikan yang lain. Dengan demikian para pengusaha toko kecantikan tidak hanya menyediakan produk, tetapi menjalankan strategi pemasaran untuk mengalokasikan sumber dayanya sehingga dapat dicapai penjualan maksimal. Beragamnya bisnis toko kecantikan yang berkembang tidak hanya terlihat dari produk yang ditawarkan, tetapi dapat juga dilihat dari strategi pemasaran, karyawan dan teknologi yang digunakan.

Toko Evi Kosmetik Marbau merupakan toko kecantikan yang menjual berbagai macam produk *skincare* dan *make-up* yang berlokasi di Kabupaten Labuhanbatu Utara, Kecamatan Marbau, Sumatera Utara. Salah satu brand produk *skincare* dan *make-up* yang dijual di Toko Evi Kosmetik Marbau adalah brand Wardah. Wardah merupakan brand kosmetik halal asli Indonesia yang berdiri sejak 1995 dibawah PT. Paragon Technology And Innovation (PT. PTI). Didirikan oleh Nurhayati Subakat yang saat ini menjabat sebagai komisaris PT. PTI, Wardah selalu mengedepankan kualitas untuk mendukung perempuan tampil cantik sesuai karakternya. Sejak awal PT. PTI berkomitmen selalu memberi manfaat bagi sekitar, komitmen tersebut diwujudkan melalui visi perusahaan yaitu: mengembangkan paragonian, menciptakan kebaikan untuk pelanggan, perbaikan berkesinambungan, tumbuh bersama-sama, memelihara bumi, mendukung pendidikan dan kesehatan bangsa, serta mengembangkan bisnis. Dengan pengelolaan terbaik, produk berkualitas yang memberi

manfaat bagi para paragonian, mitra, masyarakat, dan mewujudkan hari ini yang selalu lebih baik dari hari-hari kemarin.

Pada tahun 1995, PTI kedatangan santri-santri dari pesantren Hidayatullah yang menginginkan PTI memproduksi kosmetika yang berlandaskan syariat dan bernafaskan Islami. Adanya permintaan dari santri-santri tersebut kemudian lahirlah produk Wardah dengan positioning kosmetik halal dan aman. Dikatakan halal karena produknya telah memiliki sertifikat halal dari LP POM MUI, dan aman karena memakai bahan baku bermutu tinggi dan telah memiliki nomor registrasi yang dikeluarkan oleh Departemen Kesehatan. Wardah kosmetik sudah berdiri selama 28 tahun dan selalu melakukan inovasi dan variasi produk sesuai kebutuhan konsumen dengan mengunggulkan halal dan keamanannya bagi konsumen yang menggunakan Wardah *kosmetik* dan *skincare*.

Saat ini Wardah memiliki total 28 produk *skincare* dan *kosmetik* yang memiliki kegunaan dan kemasan yang berbeda-beda.

Ada 8 jenis *skincare* Wardah yaitu:

1. Acnederm Series, kegunaannya : Membantu mengatasi masalah jerawat pada kulit wajah.
2. Lightening Series, kegunaannya : Membantu mencerahkan kulit wajah yang gelap dan kusam akibat polusi dan sinar matahari.
3. C-Defense Series, kegunaannya : Memberikan perlindungan pada wajah dari radikal bebas dan terhindar dari kulit yang kering, kusam dan masalah lainnya.
4. Crystal Secret, kegunaannya : Merupakan improvisasi dari Wardah White secret yang telah lama beredar agar lebih cocok untuk perawatan kulit sekarang. Memiliki banyak manfaat, khususnya mencerahkan kulit dan menutrisi hingga ke dalam kulit terdalam.
5. Perfect Bright Series, kegunaannya : Mewujudkan wajah yang cerah alami.
6. White Secret Series, kegunaannya : Membantu dalam menjaga dan merawat kulit wajah dengan baik.

7. Renew You Series, kegunaannya : Membantu wajah mencegah penuaan dini.
8. Nature Daily, kegunaannya : Merawat kulit wajah dari jerawat, menghilangkan kulit kusam, hingga mencegah tanda-tanda penuaan.

Ada 10 jenis produk *kosmetik* Wardah yaitu:

1. BB Cream, kegunaannya : Base *make-up*, formulanya yang terasa lembut serta lembab mampu menutupi ketidaksempurnaan dan meratakan kulit wajah.
2. Foundation, kegunaannya : Base *make-up* sebagai alas bedak dan dapat menyamarkan berbagai kekurangan wajah.
3. Two Way Cake, kegunaannya : Memiliki formula bedak yang lembut dan mudah membaaur dengan wajah.
4. Blush On, kegunaannya : Sebagai perona pipi.
5. Lipstick, kegunaannya : Membuat bibir merona dan tampak alami.
6. Lip Cream, kegunaannya : Memiliki fungsi yang sama dengan lipstick yaitu membuat bibir merona dan tampak alami.
7. Lip Balm, kegunaannya : Merawat dan membuat bibir tetap sehat .
8. Mascara, kegunaannya : Membuat tampilan bulu mata yang lebih indah.
9. Eyeliner, kegunaannya : Memperindah mata yang sayu dan tidak segar agar penampilan lebih menarik.
10. Eyeshadow, kegunaannya : Memperscantik tampilan tata rias mata.

Kualitas produk adalah salah satu faktor dalam menentukan keputusan membeli pada konsumen. Kualitas dari produk tersebut merupakan pengaruh dari penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi dimensinya.

Kualitas produk merupakan hal yang harus dipertimbangkan bagi setiap perusahaan mengingat banyaknya persaingan antar perusahaan yang semakin ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Kualitas produk yang tidak sesuai harapan konsumen akan mempengaruhi keputusannya dalam membeli. Banyaknya kejadian ketidakpuasan konsumen setelah membeli produk karena kualitas yang tidak sesuai dengan apa yang di iklankan atau diberitakan. Pada iklan biasanya perusahaan akan melebih-lebihkan kualitas dari produk yang dipasarkan, tetapi ketika sudah digunakan oleh konsumen kualitas yang dirasakan berbeda atau tidak didapatkan secara utuh.

Selain kualitas produk yang diutamakan dalam sebuah perusahaan, harga dari produk juga tidak boleh dikesampingkan. Penetapan harga yang tepat dapat menjadi kunci utama suatu usaha untuk meningkatkan jumlah produk yang dijual. Karena jika penetapan harga dalam sebuah produk tidak sesuai dengan pasar maka kemungkinannya sangat kecil untuk produk tersebut akan terjual dan laku di pasaran. Strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian nilai (*value*) kepada konsumen dan mempengaruhi citra (*image*) produk, serta keputusan konsumen untuk membeli.

Harga produk yang ditawarkan kepada konsumen haruslah ditetapkan dengan tepat. Harga yang tepat dapat menaikkan tingkat minat membeli pada konsumen, sebaliknya harga produk yang telampau cukup tinggi atau mahal akan mengurangi tingkat keputusan pembelian. Harga yang ditawarkan *skincare* dan *kosmetik* Wardah cukup beragam, bagi sebagian konsumen harga produk ini cukup terjangkau. Tidak sedikit konsumen juga berpendapat bahwa produk Wardah cukup mahal. Berikut ini adalah beberapa daftar harga *skincare* dan *kosmetik* dari Wardah yang digunakan oleh konsumen.

Tabel 1. 1 Daftar harga kosmetik Wardah

No	Produk	Harga
1	Wardah lightening two way cake	Rp. 42.000
2	Wardah BB cake powder	Rp. 46.400
3	Wardah exclusive creamy foundation	Rp. 75.600
4	Wardah exclusive blush on	Rp. 48.800
5	Wardah intanse matte lipstick	Rp. 46.075

Tabel 1. 2 Daftar harga skincare Wardah

No	Produk	Harga
1	Wardah lightening facial serum	Rp. 45.200
2	Wardah white secret day cream	Rp. 79.600
3	Wardah white secret pure treatment essence	Rp. 142.000
4	Wardah white secret exfoliating scrub	Rp. 21.200
5	Wardah white secret facial wash wit AHA	Rp. 25.200

Seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh penelitian terdahulu oleh Kalih Purwasih,2019 bahwa diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui metode online, sehingga sangat mendukung penelitian ini apakah harga juga berpengaruh dalam keputusan pembelian online Toko Evi Kosmetik Marbau. Peneliti memilih faktor diskon karena Toko Evi Kosmetik selalu memberikan diskon kepada setiap konsumennya. Misalnya, jika sekali pembelian konsumen mencapai Rp. 200.000 maka akan mendapat hadiah seperti sabun cuci dan lain lain. Kemudian jika konsumen membeli satu paket produk skincare maka akan mendapat potongan harga lebih murah dibanding jika membeli satuan produk.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis ingin mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Diskon Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Wardah di Toko Evi Kosmetik Marbau”**

1.2 Batasan dan Perumusan Masalah

1.2.1 Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan pada arah penulisan ini kepada tujuan penulisan, maka pembatasan masalah sangat diperlukan. banyak sebab-sebab yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi dalam penelitian ini dibatasi pada faktor kualitas produk, harga produk dan diskon produk. Objek penelitian ini dibatasi pada produk Wardah. Sedangkan objek penelitian ini dibatasi oleh Toko Evi Kosmetik Marbau.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan membeli produk Wardah di Toko Evi Kosmetik Marbau?
2. Apakah harga produk dapat mempengaruhi keputusan membeli produk Wardah di Toko Evi Kosmetik Marbau?
3. Apakah diskon produk dapat mempengaruhi keputusan membeli produk Wardah di Toko Evi Kosmetik Marbau?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan diskon secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan membeli produk Wardah di Toko Evi Kosmetik Marbau?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membeli Wardah di Toko Evi Kosmetik Marbau?
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga produk terhadap keputusan membeli Wardah di Toko Evi Kosmetik Marbau?
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh diskon terhadap keputusan membeli Wardah di Toko Evi Kosmetik Marbau?
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan diskon terhadap keputusan membeli produk Wardah di Toko Evi Kosmetik Marbau?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi pihak akademik, penulisan skripsi ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi bagi peneliti lainnya khususnya dalam bidang manajemen pemasaran mengenai kualitas produk, harga produk, dan diskon produk.
2. Bagi pihak pelaku usaha terkait, hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan guna melakukan persiapan dan perbaikan demi kemajuan usaha tersebut.
3. Bagi penulis, penulisan skripsi ini diharapkan akan memperdalam ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran mengenai kualitas produk, harga produk, dan diskon produk.