

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan di era globalisasi teknologi dan informasi saat ini sangatlah pesat dan semakin tajam. Untuk menghadapi globalisasi, dunia bisnis semakin kompetitif dalam menciptakan produk unggul untuk mendapatkan keuntungan besar. Ketatnya persaingan membuat pelaku bisnis dituntut untuk mengeluarkan segala kemampuan yang dimiliki agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya.

Salah satu bidang usaha yang memiliki persaingan ketat saat ini adalah usaha produk kecantikan (*skincare*). Pertumbuhan teknologi yang pesat membuat trend kecantikan menjadi beraneka ragam. Hal yang menjadi trend masa kini akan menjadi pusat perhatian pelaku bisnis dalam menciptakan produk. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi calon konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh informasi pengetahuan yang didapatkan.

Menurut Kotler (2002) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Konsumen merupakan kunci utama bagi keberhasilan perusahaan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. sehingga pelaku bisnis atau pengusaha harus cermat dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk mereka.

Salah satu faktor yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah kualitas produk. Menurut Kotler dalam Bilson Simamora (2008), mengatakan bahwa: *“Quality is the totality of feature and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs”*. Artinya, kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik yang memungkinkan produk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan.

Menurut Russel (1996) dalam <https://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/11/15/pentingnya-kualitas/>, kualitas dianggap sangat penting bagi organisasi karena meningkatkan reputasi perusahaan, perusahaan yang telah menghasilkan suatu produk atau jasa yang berkualitas akan mendapat predikat sebagai organisasi yang mengutamakan kualitas. Kualitas produk yang baik akan mendorong perusahaan untuk mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Dalam memproduksi barang berkualitas perusahaan akan memiliki keuntungan tersendiri, menurut James R. Evans, William M. Lindsay terjemahan oleh Afia R. Fitriati (2007) memproduksi barang berkualitas biasanya dapat menjual dengan harga tinggi. Dimana harga sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

Selain kualitas produk yang baik, harga juga menjadi salah satu tolak ukur konsumen dalam membeli sebuah produk. Konsumen yang sudah percaya dan mengenal bahwa perusahaan memproduksi barang berkualitas akan membuat konsumen melakukan keputusan pembelian produk dari perusahaan tersebut. Menurut Santri Zulaicha dan Rusda Irawati (2016), produk yang berkualitas dengan

harga terjangkau akan memiliki banyak peminat. Sebaliknya apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produk maka konsumen akan berfikir dua kali untuk membeli. Penentuan harga dibentuk oleh permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar, dengan demikian informasi pasar yang diperoleh dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengambil keputusan produksi dan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

Dalam pemberian kualitas produk yang baik dan sesuai dengan kepuasan kebutuhan konsumen hal ini akan berpengaruh terhadap peningkatan pangsa pasar perusahaan. Pangsa pasar perusahaan yang memenuhi target akan mampu menekan harga, dan tetap menciptakan produk yang berkualitas untuk konsumen. Karena kualitas produk dan harga menjadi salah satu faktor dominan bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Baru-baru ini produk Nature Republic Aloe Vera 92% Moisture & Shooting Gel merupakan produk *skin care* impor dari Korea Selatan yang hampir 100% terbuat dari lidah buaya asli telah *booming* di kalangan pemuda Indonesia. Perwarta Wahida Rahmaniya Arifah dalam <https://www.malangtimes.com/baca/23101/20171208/141938/produk-perawatan-kulit-asal-korsel-ini-tengah-booming-di-malang/> menyatakan "Produk perawatan kulit Korea Selatan dengan bahan aloe vera tahun ini menjadi buah bibir di Indonesia. Bagaimana tidak dengan banyak khasiat serta harga yang ramah kantong mau tidak mau buat wanita kepincut. Nature Republic Aloe Vera Gel ini dapat dipakai untuk semua jenis kulit. Dengan kadar aloe vera sebesar 92%, bahan utama produk ini diambil langsung dari perkebunan aloe vera di California, Amerika Serikat."

Lidah buaya sendiri memang diketahui memiliki segudang manfaat untuk kecantikan. Mulai dari wajah hingga rambut dan bagian tubuh lainnya. Tanaman tersebut memiliki kandungan seperti puluhan jenis asam amino, vitamin dan enzim yang membuat lidah buaya dikenal ampuh mengatasi gangguan kulit dan mampu melembakan kulit wajah atau tubuh yang kering dan sifat lidah buaya yang dingin mampu menyegarkan kulit wajah yang seharian terpapar sinar matahari.

Harga yang ditawarkan cukup terjangkau berkisar Rp 50.000 sampai Rp 75.000 dengan kualitas produk yang dirasa baik bagi kalangan pemuda Indonesia dan cara pemakaian yang sangat mudah yaitu caranya mengoleskan Nature Republic Aloe Vera 92% Moisture & Shooting Gel pada seluruh permukaan wajah yang sudah dibersihkan terlebih dahulu.

Salah satu pemuda Indonesia yaitu Mahasiswa PGRI Adi Buana Surabaya Program Studi Manajemen. Mahasiswa menjadi salah satu subjek yang cepat dalam memperoleh informasi yang sedang *booming*. Mahasiswa akan selalu *update* khususnya produk-produk kecantikan yang menjadi *trend* dikalangan saat ini dan dapat dikatakan memiliki sifat remaja menuju dewasa, dimana identik dengan sifat penasaran dan ingin mencoba hal yang baru. Mahasiswa khususnya program studi manajemen sebagai konsumen dalam melakukan keputusan pembelian akan memperhatikan kualitas dan pastinya harga produk sesuai atau tidak dengan kantong pelajar.

Dengan uraian masalah yang terungkap, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic Aloe Vera

92% Moisture & Shooting Gel melalui Harga sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa PGRI Adi Buana Program Studi Manajemen)".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan dapat diidentifikasi rumusan masalah dalam penelitian yaitu:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap harga Nature Republic Aloe Vera 92% Moisture & Shooting Gel?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Nature Republic Aloe Vera 92% Moisture & Shooting Gel?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Nature Republic Aloe Vera 92% Moisture & Shooting Gel?
- d. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Nature Republic Aloe Vera 92% Moisture & Shooting Gel melalui harga sebagai variabel intervening?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dikemukakan, tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap harga Nature Republic Aloe Vera 92% Moisture & Shooting Gel.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Nature Republic Aloe Vera 92% Moisture & Shooting Gel.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Nature Republic Aloe Vera 92% Moisture & Shooting Gel.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Nature Republic Aloe Vera 92% Moisture & Shooting Gel melalui harga sebagai variabel intervening.

1.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi landasan dalam pengembangan penelitian-penelitian selanjutnya dan dapat sebagai media informasi pembelajaran serta sebagai nilai tambah wawasan pengetahuan.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Untuk membantu perusahaan dalam memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas produk melalui harga sebagai mediasi terhadap keputusan pembelian produk.

b. Bagi Peneliti

Sebagai syarat kelulusan program S1 dan mampu menerapkan materi yang telah diperoleh peneliti di bangku kuliah sebagai tambahan wawasan pengetahuan dan informasi.

c. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan bagi pembaca, serta referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

Halaman sengaja dikosongkan