

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era modern saat ini, kosmetik adalah salah satu kebutuhan terpenting wanita. Disadari atau tidak, wanita tidak dapat dipisahkan dari kosmetik dalam kehidupan sehari-hari. Produk perawatan tubuh ini digunakan oleh sebagian besar wanita dari pagi hingga malam. Alhasil, banyak perusahaan yang berusaha memenuhi permintaan kosmetik dengan berbagai inovasi produk.

Untuk memenuhi kebutuhannya, wanita memilih kosmetik yang menawarkan tingkat kepuasan tertinggi. Secara khusus faktor-faktor yang memberikan kepuasan maksimal bagi setiap orang berbeda-beda, namun pada umumnya faktor-faktor seperti produk, harga produk, dan bagaimana produk itu diperoleh seringkali menjadi pertimbangan konsumen. Sebagian besar konsumen menjadi semakin kritis ketika mengonsumsi produk mereka. Sebagian orang berpikir bahwa produk mahal adalah produk berkualitas tinggi, tetapi konsumen selalu ingin mendapatkan produk berkualitas tinggi sesuai dengan harga yang mereka bayar.

Kosmetik adalah produk yang dapat memenuhi kebutuhan dasar wanita untuk kecantikan. Ada berbagai jenis kosmetik yang tersedia saat ini. Banyak kosmetik di Indonesia yang terkenal. Kosmetik yang dijual dengan bahan yang ringan di kulit dan aman. Merek populer untuk remaja saat ini ini adalah MS GLOW, Wardah, Emina dan banyak lagi. Perusahaan bisa meningkatkan kualitas

pengguna kosmetik dari segi kualitas. Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya, diantaranya ada kualitas produk, harga dan citra merek. Faktor tersebut dapat membangkitkan minat konsumen yang membeli produk dan konsumen dapat membuat keputusan pembelian kosmetik mereka.

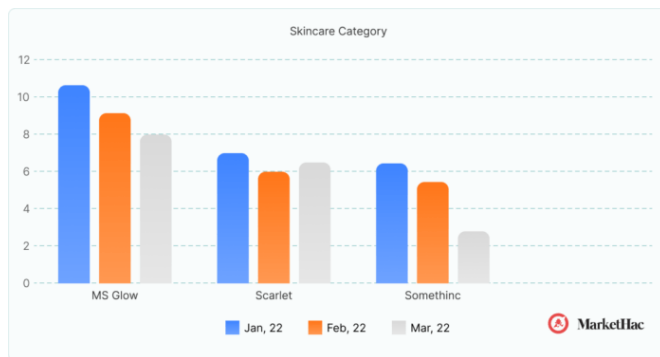
Kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau merupakan hal yang wajar bagi konsumen yang membeli produk tertentu. Kualitas produk juga mempengaruhi keinginan konsumen terhadap suatu produk, sehingga ditentukan keputusannya dalam pembelian sebuah produk. Keputusan pembelian adalah serangkaian proses yang dilalui konsumen dalam memutuskan tindakan pembelian Kotler (2002).

Selain itu, harga juga menjadi pertimbangan khusus bagi konsumen untuk membeli. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan, karena menentukan seberapa keuntungan perusahaan dengan menjual produknya, baik barang maupun jasa. Jika harga terlalu tinggi, penjualan akan menurun, tetapi jika harga terlalu rendah, akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan.

Citra merek sangat penting bagi konsumen untuk mengambil keputusan dalam membeli suatu produk. Merek dapat memenuhi harapan konsumen, dan memberikan jaminan kualitas kepada pengguna di setiap kesempatannya. Mengembangkan citra produk di benak konsumen merupakan strategi yang sangat penting bagi perusahaan, karena konsumen lebih memilih produk yang memiliki citra yang kuat dalam memori jangka panjang ketika membeli produk saat dibutuhkan. Jika konsumen sudah mengenal

citra produk maka konsumen tidak akan ragu untuk membeli produk tersebut.

MS GLOW merupakan salah satu merek produk skincare dan kosmetik yang mampu merebut hati masyarakat terutama untuk kaum hawa. Pemilihan MS GLOW sebagai obyek penelitian ini dikarenakan MS GLOW telah berhasil mengelola bisnisnya dan mengembangkan produk ini mulai dari tahun 2013 oleh dua orang owner yaitu Shandy Purnamasari dan Maharani Kemala Dewi.



Gambar 1. 1 Tiga besar produk skincare keluaran lokal paling laku

Sumber: gadgetdiva.co.id

Berdasarkan data hasil pantauan MarketHac, pembelian produk kecantikan meningkat di akhir tahun 2021, dan rata-rata menurun sejak awal 2022. Namun MS GLOW tetap memimpin di kategori skin care, diikuti oleh Scarlett dan Somethinc yang juga tetap stabil. MS GLOW memimpin dengan menguasai pangsa pasar sebesar 8,2% pada akhir Maret 2022.

MS GLOW berhasil meraih Indonesia Best Brand Award tahun 2020 dalam kategori perawatan wajah yang

dijual secara eksklusif. Berdasarkan data dari Indonesia Best Brand Award, dari sisi Brand Awareness, MS Glow telah menjadi Top of Mind atau merek yang paling diingat oleh konsumen.

Keputusan pembelian konsumen dalam memilih bukan terjadi begitu saja. Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan membeli suatu produk. Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap, kualitas produk, harga dan citra merek. Konsumen memilih kualitas produk yang baik melalui pengalaman produk atau berdasarkan informasi dari berbagai sumber. Menurut Lupiyoadi (2001:158) dalam (Riyono 2016) menyatakan bahwa “konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa kualitas produk yang mereka gunakan berkualitas”.

Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan MS GLOW adalah dengan terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan citra merek dari MSGLOW itu sendiri. Citra merek yang lebih baik memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen akan percaya pada suatu produk karena konsumen mengingat citra merek produk tersebut.

Dengan kualitas produk yang baik, harga yang sebanding dengan kualitas produk serta citra merek yang yang bagus, banyak wanita di Indonesia memilih produk MS GLOW. Hal itulah yang menjadi alasan utama mengapa MS GLOW banyak dipercaya oleh wanita di era saat ini.

Namun pada salah satu Distributor MS GLOW di Sidoarjo, tepatnya di Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo terdapat sedikit permasalahan yaitu dengan menurunnya

keputusan pembelian yang cukup signifikan, yang mengakibatkan turunnya omset penjualan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk MS GLOW (Studi Kasus Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dari penulis muncul sebuah rumusan masalah yaitu :

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW pada Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo
2. Apakah Harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW pada Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW pada Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo?
4. Apakah kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW pada Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum
 - a. Untuk memenuhi salah satu syarat tugas akhir bagi mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

- b. Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang di dapatkan selama menempuh pendidikan di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Tujuan Khusus
 - a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW pada Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW pada Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo.
 - c. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW pada Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo. mahasiswa angkatan 2012 Universitas Muhammadiyah Surakarta.
 - d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW pada Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian teori yang lebih mendalam tentang kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW serta dapat dijadikan sebagai acuan serta bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis ini adalah :

- a. Bagi Penulis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis

khususnya tentang kualitas produk, harga dan citra merek dan keputusan pembelian produk sehingga dapat menambah pengalaman dalam memasuki dunia kerja di masa yang akan datang.

b. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam memecahkan masalah yang dihadapi khususnya mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian konsumen guna meningkatkan omset penjualan dan menjadi referensi perusahaan melakukan perbaikan untuk saat ini maupun akan datang.

c. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Hasil penelitian ini dapat menambah referensi dan kepustakaan serta dokumentasi di perpustakaan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dan dapat juga digunakan sebagai acuan penelitian yang sama oleh para mahasiswa.

Halaman ini sengaja dikosongi