

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan industri kosmetik dalam negeri memberikan dampak positif, karena mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kondisi ini dipengaruhi oleh semakin meningkatnya trend masyarakat yang mulai lebih memperhatikan produk perawatan tubuh dan berbagai jenis kosmetik maupun rangkaian perawatan kulit, khususnya rangkaian perawatan kulit untuk wajah sebagai kebutuhan utama. Peluang ini di manfaatkan dan menjadi suatu target utama bagi para pelaku industri kosmetik lokal dari berbagai sektor industri kecil, menengah maupun industri dalam skala besar.

Saat ini Indonesia menjadi pasar kosmetik yang cukup besar, sehingga bisnis kosmetik ini sangat menjanjikan dan akan memberikan prospektif bagi produsen yang ingin mengembangkan produk mereka di dalam negeri.

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia, dari tahun 2015-2019 mengalami peningkatan dengan rata-rata 5,97%. Hal ini bisa dilihat dari tabel 1.1 yang menunjukkan perkembangan industri kosmetik di Indonesia pada tahun 2015 hingga tahun 2019.

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia**  
**tahun 2015-2019.**

Tahun	Market (Rp. Milyar)	Kenaikan
2015	13.943	-
2016	15.450	-5.07%
2017	15.900	11.22%
2018	16.785	11.73%
2019	17.920	11.98%
<b>Kenaikan rata-rata (%) per tahun</b>		<b>5,97%</b>

*Sumber : <http://cci-indonesia.com>, 2015*

*\*)angka sementara*

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat perkembangan industri kosmetik mengalami peningkatan pada tahun 2016 hingga 2019. Dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebanyak 11,22% dengan nilai mencapai 15,90 triliun rupiah dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2018 kenaikan sebesar 11,73% dengan nilai sebesar 16,785 triliun rupiah dari tahun sebelumnya, dan diperkirakan pada tahun 2019 mengalami kenaikan dengan nilai mencapai 17,92 triliun rupiah yang terjadi sebesar 11,98%. Disimpulkan bahwa pada periode 2015-2019, pasar industri kosmetik di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup besar dengan rata-rata sebesar 5,97% per tahunnya.

Seiring dengan kemajuan teknologi yang telah berkembang dan kemajuan industri kosmetik yang semakin meningkat. Hal ini membuat banyak perusahaan yang memproduksi produk kosmetik dari berbagai merk di

Indonesia mengalami peningkatan permintaan, dan membuat banyaknya industri kosmetik terus bersaing dalam menciptakan inovasi, dan keunggulan produk yang dimiliki oleh setiap perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap menarik minat beli konsumen.

Brand Emina adalah produk lokal yang berasal dari tangerang Indonesia. Yang memiliki segmentasi pasar terbesar di kota Surabaya dengan koleksi produk yang cukup lengkap mulai dari makeup, skincare dan bodycare pun ada. Dengan produk rangkaian skincare yang mereka miliki brand ini tidak kalah kualitasnya dengan produk-produk skincare import, dengan harga yang terjangkau produk ini sudah bisa memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen, produk skincare dari Emina ini bisa dengan mudah di dapatkan diseluruh Indonesia dengan membeli langsung diberbagai store kosmetik atau membeli secara online.

Namun dalam meningkatkan penjualan perusahaan, ada beberapa variabel yang sangat berpengaruh dalam menunjang kesuksesan sebuah strategi pemasaran. yaitu dengan membentuk citra merek yang positif dimasyarakat, hal ini berpengaruh positif terhadap usaha kecantikan tersebut. Menurut Keller (2000), citra merek adalah preferensi yang dapat mempengaruhi dalam minat beli terhadap suatu produk yang akan di beli. Tak hanya citra merek saja tetapi dapat juga dilihat dari segi Kualitas produk, menurut Kotler (2009:272), karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Harga menurut Kotler (2009:67) dikatakan sebagai indikator nilai, karena harga tersebut berhubungan dengan manfaat dari barang yang telah diterima, Pada tingkatan harga tertentu,

apabila manfaat dari barang tersebut meningkat, maka nilai dari produk tersebut akan ikut meningkat, nilai suatu produk akan ikut meningkat apabila manfaat produk yang di rasakan juga meningkat. dan promosi menjadi salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen.

Dengan menghasilkan produk yang berkualitas terbaik, namun tetap dengan harga yang terjangkau ,maka kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi dan menimbulkan rasa minat beli pada konsumen untuk terus menggunakan dan membeli ulang produk tersebut, juga Untuk menunjang dalam memperoleh pangsa pasar yang cukup agar bisnis dapat terus berjalan.

Berdasarkan pada latar belakang diatas peneliti mengajukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Emina cosmetics, Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Siswi Pengguna Produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena pada latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan beberapa masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya?
2. Adakah pengaruh persepsi harga terhadap minat beli konsumen pada produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya?
3. Adakah pengaruh minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya?

4. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya?
5. Adakah pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap minat beli konsumen pada produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya.
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Emina Cosmetics di MTsN 2 Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dan dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi semua pihak, antara lain :

1. Manfaat Teoritis  
Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan teori dibidang manajemen pemasaran terutama pada kualitas produk, persepsi harga yang dapat mempengaruhi keputusan

pembelian produk Emina cosmetics dengan minat beli sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan memberikan informasi tambahan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memahami sejauh mana peran harga, kualitas produk dan minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian produk-produk Emina cosmetics.

b. Manfaat Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan memberikan banyak pengetahuan tambahan dan sebagai bentuk partisipasi dalam memberikan kontribusi dalam mengembangkan ilmu manajemen pemasaran yang telah dipelajari selama diperkuliahan.

c. Manfaat Bagi Universitas

Penelitian ini dapat menjadi bahan perbendaharaan literature yang melengkapi koleksi di perpustakaan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang diharapkan memberikan informasi dan dapat menjadi referensi aplikasi teori pemasaran bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh kualitas produk terhadap minat beli dengan citra merk sebagai variabel intervening.

