

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring terus berkembangnya zaman, budaya serta teknologi pada era modern ini, dunia bisnis terus berkembang secara pesat dan mengakibatkan tingginya tingkat persaingan antar perusahaan dalam memasarkan suatu produk kepada pelanggan. Dengan meningkatnya persaingan ini dapat menjadikan perusahaan merasa tertantang agar dapat berlomba-lomba mempertahankan dan mengambil alih pangsa pasar supaya mendapatkan keuntungan yang lebih besar dan mendapatkan pelanggan baru dengan menggunakan strategi yang lebih efektif. Perusahaan juga diharuskan untuk terus mengembangkan kreativitas serta menciptakan inovasi-inovasi baru terutama jika produk yang dihasilkan sama dengan milik kompetitor, dengan cara meningkatkan kualitas produk yang lebih unggul namun tetap memiliki harga yang terjangkau. Hal ini terjadi karena kualitas suatu produk dan harga suatu produk dijadikan sebagai penentu berhasil atau tidaknya produk tersebut menembus pasar.

Saat ini, produk kecantikan termasuk dalam kategori yang paling banyak dicari serta perkembangannya sangatlah pesat. Produk kecantikan sekarang ini mampu menguasai pasar domestik karena minat beli masyarakat yang semakin tinggi dan sudah menjadikan produk kecantikan sebagai kebutuhan penting bagi kaum wanita maupun pria. Dunia industri kecantikan sekarang ini sudah mencapai ribuan, sehingga membuat pelanggan lebih selektif ketika ingin membeli produk kecantikan agar mendapatkan produk yang memiliki kualitas dan manfaat yang baik. Karena hal tersebut, persaingan antar merek juga

semakin ketat. Bisa dilihat saat ini banyak nama brand yang sudah ada dipasaran seperti MS Glow, Make Over, Wardah, Viva, Purbasari, Pixy, Emina dan masih banyak lagi produk kecantikan lainnya dengan brand baru. Oleh sebab itu, perusahaan dipaksa untuk memasarkan produk kecantikan dengan berkualitas, memiliki kelebihan yang tidak setara dengan produk kecantikan milik pesaing dan memiliki harga yang dicocokkan dengan kualitas produknya agar dapat mendorong pelanggan melakukan keputusan pembelian pada produk yang sedang tawarkan.

Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang penting karena dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapat keuntungan melalui penjualan produk yang mereka pasarkan. Perusahaan menentukan harga melalui bermacam pertimbangan, penentuan dari harga tersebut haruslah sesuai dengan kualitas dari produk yang ada serta melalui proses negosiasi bersama pelanggan. Jika harga yang sudah ditentukan sudah cocok dengan kemampuan pelanggan untuk membeli, maka pelanggan akan melakukan keputusan pembelian pada produk yang telah di keluarkan oleh perusahaan. Oleh sebab itu, Jika harga produk MS Glow yang ditawarkan oleh perusahaan terlalu besar, tentunya permintaan akan produk akan menjadi turun dan jika harga produk MS Glow yang ditawarkan oleh perusahaan rendah, tentunya permintaan akan produk akan menjadi lebih besar. MS Glow menentukan harga yang telah sesuai dengan kualitas dari produknya.

Kualitas produk digunakan oleh pelanggan untuk dijadikan pertimbangan dalam menentukan keputusan dalam membeli produk, yang pada dasarnya setiap pelanggan akan memutuskan membeli suatu produk agar memperoleh kualitas terbaik terhadap produk yang sudah dibeli. Kualitas produk juga penting

supaya perusahaan dapat mempertimbangkan untuk terus meningkatkan kualitas produknya agar konsumen tidak dikecewakan ataupun menyesal karena membeli produk kecantikan yang diproduksi perusahaan. Jika produk kecantikan yang ditawarkan berkualitas tinggi dan memenuhi harapan pelanggan, maka minat beli pelanggan akan meningkat sehingga pelanggan akan memilihnya sebagai keputusan pembelian.

Keputusan pembelian itu sendiri merupakan pergerakan pelanggan sebelum memutuskan apakah akan membeli produk yang ditawarkan atau tidak. Sebelum menentukan itu, pelanggan akan mengevaluasi dan membandingkan berbagai macam pilihan produk yang ada, kemudian mengambil keputusan untuk memilih suatu produk dari sekian banyak pilihan yang ada untuk membelinya. Keputusan pembelian memiliki peran penting bagi perusahaan, karena jika respon pelanggan positif maka produk yang dipasarkan akan dapat di tingkatkan kualitas produknya, kemudian perusahaan dapat memberikan inovasi-inovasi baru terhadap produk yang dipasarkannya. Sukses atau tidak suatu produk dapat dilihat dari keputusan pembelian yang akan diberikan oleh pelanggan. Dengan demikian, jika semakin banyak pelanggan memutuskan untuk membeli MS Glow, maka MS Glow akan semakin besar, sukses dan mampu menguasai pasar.

Di daerah Jawa Timur sudah banyak sekali produk-produk kecantikan yang bermunculan sehingga mengakibatkan persaingan antar merek menjadi semakin tinggi. Namun walaupun banyak produk kecantikan yang baru muncul ataupun produk kecantikan yang sudah lama ada di pasaran, saat ini banyak masyarakat menentukan pilihan menggunakan produk MS Glow dibandingkan

menggunakan produk kecantikan yang lebih dulu ada seperti VIVA, Wardah, Purbasari, Sariayu dan masih banyak lagi produk-produk kecantikan lainnya.



**Gambar 1.1 : 10 brand skincare lokal terlaris di E-Commerce.**

Sumber : <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Berdasarkan gambar 1.1 tersebut dapat diketahui bahwa pada tahun 2021 produk kecantikan MS Glow mendapatkan total penjualan paling banyak dibandingkan dengan produk-produk lainnya yang sejenis, dengan total penjualan mencapai Rp.38,5 miliar pada periode 1-18 Februari 2021. Padahal jika dilihat dari harga yang diberikan oleh MS Glow, harga tersebut *relative* cukup mahal dan termasuk kategori produk kecantikan baru saja dipasarkan, karena MS Glow berdiri pada tahun 2013, namun pelanggan tetap memilih membeli produk MS Glow dengan Alasan bahwa pelanggan tetap membeli produk MS Glow berdasarkan dengan kualitas produk yang dikasih jadi walaupun harga yang diberikan *relative* mahal, namun pelanggan akan tetap membeli MS Glow karena merasa cocok ketika menggunakannya.

Kabupaten Sidoarjo khususnya di Kecamatan Waru Desa Kedungrejo, masyarakat sudah banyak yang menggunakan produk MS Glow karena kepedulian untuk merawat diri mereka khususnya bagi kaum remaja yang lebih mementingkan penampilan dan gaya hidup. Penampilan sering dianggap penting

karena jika penampilan yang cenderung kurang menarik secara tidak langsung mereka akan merasa tersisih, maka dari itu banyak kaum remaja rela mengeluarkan biaya agar dapat merawat diri mereka. Selain itu karena pada saat ini banyak sekali polusi yang dihasilkan oleh kendaraan bermotor membuat kulit wajah menjadi terlihat kusam, berjerawat dan tidak menarik. Sehingga pelanggan memutuskan melakukan perawatan dengan datang langsung ke klinik milik MS Glow atau membeli produk MS Glow untuk perawatan dirumah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti menjadi tertarik dan memutuskan untuk meneliti faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kecantikan MS Glow di desa Kedungrejo, Kec.Waru-Sidoarjo yang terdiri dari Harga serta Kualitas Produk memiliki pengaruh atau tidak, sehingga dengan ini peneliti mengambil penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MS GLOW (STUDI PADA PELANGGAN PRODUK KECANTIKAN MS GLOW DI DESA KEDUNGREJO, KEC.WARU-SIDOARJO)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bersumber penjelasan latar belakang yang diuraikan, penelitian ini mengidentifikasi tiga masalah, yakni:

1. Apakah Harga dan kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada produk kecantikan MS Glow di Sidoarjo ?
2. Apakah harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada produk kecantikan MS Glow di Sidoarjo ?

3. Diantara Harga dan Kualitas Produk manakah yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian pada produk kecantikan MS Glow di Sidoarjo?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tiga hal sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah Harga dan kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk kecantikan MS Glow di Desa Kedungrejo, Kec.Waru-Sidoarjo
2. Untuk menguji apakah Kualitas produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk kecantikan MS Glow di Desa Kedungrejo, Kec.Waru-Sidoarjo
3. Untuk mengetahui diantara Harga dan Kualitas Produk manakah yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian produk kecantikan MS Glow di Desa Kedungrejo, Kec.Waru-Sidoarjo

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aspek akademis
  - a. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan tentang pemasaran yang bersangkutan paut dengan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian
  - b. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peneliti selanjutnya dalam melakukan pengembangan ilmu yang

berkaitan dengan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk

2. Secara praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perusahaan dalam mempertahankan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta menjadi bahan pertimbangan bagi para pelaku bisnis agar tetap mempertahankan harga dan kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan sehingga keputusan pembelian dapat meningkat.