

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Improvisasi faktor bisnis yang terus berkembang pesat di dunia, kompetisi bisnis yang juga semakin meningkat dengan cepat sehingga menjadi tantangan ataupun hambatan bagi para pebisnis. Implikasi dari kemajuan yang terjadi adalah terdapatnya berbagai varian produk yang memiliki kualitas serta daya tarik yang berbeda dengan yang lainnya. Faktor yang mengakibatkan pembeli mempunyai variasi produk yang beragam adalah karena kompetisi yang semakin ketat diantara para pebisnis. Merujuk kepada pendapat Fuad (2017: 17) diantara usaha yang dilakukan lembaga bisnis untuk menjadi unggul dengan para kompetitornya adalah dengan terus melakukan inovasi untuk mendapatkan produk yang terbaik. Kesuksesan dijalankan usaha yang dijalankan banyak dipengaruhi oleh beberapa unsur. Lembaga bisa mengembangkan keahlian pekerjanya, mempertahankan mutu, serta mengoptimalkan finansial Lembaga bisnis untuk melakukan promosi produknya.

Pengelolaan yang baik dalam marketing adalah kedudukannya sangat fundamental untuk dilaksanakan oleh lembaga. Diantara perlunya kegiatan promosi produk karena dalam berbisnis disebabkan berorientasi pada kepuasan yang dirasakan konsumen. Pihak yang melakukan pengelolaan terhadap suatu bisnis disebut dengan manager. Biasanya profesi ini mempunyai gaji yang cukup besar sehingga hidup berkecukupan jika telah berhasil mengelola lembaga bisnis dengan baik. Adapun diantara contoh manager yang terkenal dengan kesuksesannya mengelola bisnis yaitu, seperti Lou Getsner (IBM), SteveJobs (pendiri Apple), WilliamEsner (WaltDisney), atau Bill Gates (pendiri Microsoft). Dari Indonesia, ada Aburizal Bakrie dan Hari Tanoe. Di samping nama-nama yang telah disebutkan, masih banyak orang-orang yang pada dasarnya melakukan pekerjaan yang sama dengan mereka. Mereka mungkin berada di sekitar kita dan kita bias temui dalam kehidupan sehari-hari. Orang-orang tersebut biasanya merupakan bos atau atasan kita, direktur, kepala desa, ketua kelompok,

ketua RT, bos pemilik toko di depan rumah dekat kita, pemilik pabrik atau perusahaan, dan lainnya. Mereka pada dasarnya melaksanakan pekerjaan yang relevan dengan nama-nama besar yang disebutkan sebelumnya sebagai profesi, yaitu mengelola dan mengkoordinasi organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Pekerjaan manajemen dan manajer berada di mana-mana. Manajemen bahkan dapat membuat kehidupan kita lebih baik. Karena itu, manajemen begitu sangat penting untuk mendorong kemakmuran dalam masyarakat. Ada pula yang mengatakan bahwa sesungguhnya tidak ada negara yang miskin, yang ada merupakan negara dengan manajemen yang buruk. Pernyataan tersebut mengatakan bahwa jika manajemen yang berada di negara tersebut cukup baik, negara tersebut pun kemungkinan akan menjadi negara yang makmur. Kemiskinan tersebut muncul sebab ketidak mampuan dalam melakukan pengelolaan kekayaan suatu negara secara optimal. Sehingga penting untuk dipahami mengenai teknik pengelolaan yang baik sehingga dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat keseluruhan.

Berlandaskan pada pendapat Tjiptono (2015:11) dinyatakan bahwa kegiatan memasarkan merupakan kegiatan yang krusial pada suatu lembaga perbisnisan. Diterapkannya metode yang tepat untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan untuk menajutkan pilihan serta memperoleh kepuasan dalam menggunakan barang. Diantara unsur yang memengaruhi mutu pelayanan maupun produk adalah hal yang menunjukkan kepuasan pembeli sehingga mereka akan terjaga loyalitasnya kepada lembaga. Kondisi produk yang terus diinovasi serta marketing yang semakin dinamis menyebabkan penduduk di wilayah Indonesia dapat dijadikan target yang tepat untuk menjual produk maupun jasa yang diberikan agar mendapatkan keuntungan optimal, misalnya pada jasa videographer serta fotografer. Perkembangan dunia kearah modernisasi yang terus berlanjut menyebabkan terjadinya perubahan yang terus mengarah kepada kemajuan teknologi. Kemajuan tersebut terjadi dalam aktivitas menjalankan bisnis. Dengan kemajuan zaman yang terus berlangsung, menyebabkan keperluan manusia semakin beragam. Diantaranya yaitu terjadi pada jenis

layanan fotografer digunakan pelanggan untuk memperoleh hasil gambar yang bagus, konsumen mendatangi studio untuk melakukan pemotretan serta mendapatkan hasilnya.

Dideskripsikan juga oleh Tjiptono (2015:279) saat melakukan upaya untuk mencapai target, lembaga tidak hanya melakukan usaha untuk menciptakan produk tapi harus disertai dengan kualitas yang bersaing serta layanan yang optimal. Akan tetapi tujuan inti dijalankannya suatu usaha perbisnisan yang dilakukan yaitu menciptakan pembeli yang merasa puas sehingga menjadi loyal sehingga eksistensi perusahaan terjaga. Maka dari itu, menghasilkan barang kualitas tinggi serta layanan profesional sangat krusial kedudukannya. Maka kompetisi yang terjadi pada bidang pemotretan tersebut dapat memengaruhi keberadaan perusahaan yang dapat terus berdiri atau tidak. Pada Kota Probolinggo berdiri berbagai jenis lembaga bisnis yang menyediakan jasa fotografi diantaranya yaitu Papyrus, Jonas, ataupun berbagai macam perusahaan jasa lainnya. Mereka perlu melakukan upaya maksimal agar dapat meraih minat pembeli serta mempertahankannya dengan cara melayani sesuai keinginan mereka. Pemberian layanan yang maksimal dapat menciptakan rasa puas di benak pembeli. Karena itulah, penting untuk menerapkan teknik yang sesuai untuk kemajuan bisnis.

Apabila pembeli mendapatkan produk sesuai keinginan, maka produsen harus memberikan produk yang mempunyai kualitas. Mutu adalah unsur utama sebagai pertimbangan pembeli, sebelum melakukan pembelian atas suatu barang yang dibutuhkan. Dideskripsikan oleh Rizgyetal (2016) yakni pada intinya tujuan didirikannya suatu usaha adalah untuk memberikan rasa puas kepada pembeli karena hal tersebut yang mengakibatkan mereka akan tetap melakukan pembelian produk yang sama secara berkelanjutan. Diantara jenis keunggulan yang diberikan adalah berkaitan dengan hasil foto yang jernih, proporsional serta mempunyai nilai keindahan juga berimplikasi pada penilaian kualitas. Berkaitan dengan mutu dalam memberikan layanan adalah cepat dalam prosesnya, tepat, profesional, pegawai ramah, penginformasian yang tepat, hal lain terkait dengan lokasi adalah studio bersih, desain ruangan indah, fasilitas lengkap serta alat yang digunakan

sangat berkualitas dan modern. Semua layanan yang diberikan oleh Lembaga bisnis harus bisa menghasilkan citra yang baik dalam pandangan konsumen.

Kondisi dimana seseorang menginginkan suatu hal untuk memuaskan keinginannya berdasarkan keperluan disebut sebagai Kebutuhan manusia. Diantara manusia yang satu dengan lainnya mempunyai kepentingan yang berbeda, jika satu pihak merasa penting untuk memiliki penampilan yang menarik akan menjadi konsumen untuk beragam jenis *skincare* maupun kosmetika. Dijelaskan dalam Bahasa Yunani bahwa kosmetik berarti kecakapan dalam merawat diri. Secara istilah disebutkan bahwa kosmetika merupakan percampuran bahan yang berguna untuk kecantikan, diaplikasikan dengan penyemprotan, penggosokan atau cara lainnya berdasarkan jenis produk yang digunakan. Tujuannya adalah dalam melakukan pemeliharaan, pembersihan, penjagaan atas penampilan serta penambah daya pikat. Kosmetika berperan sebagai zat yang dapat merawat tampilan serta menjaga aroma yang harum pada individu. Diproduksi dengan pencampuran berbagai jenis bahan baik kimia maupun alami untuk digunakan sebagai perawatan kecantikan berdasarkan manfaat bahan yang digunakan untuk bagian luar saja, misalnya seperti rambut, kulit, bibir, ataupun mulut agar dapat terjaga kebersihannya dan mencegah bau yang tidak sedap baik pada badan maupun mulut agar keadaannya tetap terjaga dengan baik. Sehingga peran kosmetik menjadi produk yang paling banyak ditawarkan di pasar sebagai keperluan pendukung dalam kehidupan konsumen, dengan tujuan supaya tampil bersih, indah, serta penuh daya tarik.

Merujuk kepada penjabaran tersebut, menyebabkan penulis merasa perlu meneliti lebih lanjut tentang **PENGARUH KUALITAS PRODUK KOSMETIK DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO “SHERLY CECEMOYCHAN” DI KOTA PROBOLINGGO.**

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan kepada penjabaran latar belakang terjadinya masalah, sehingga disusun perumusan diantaranya:

1. Apakah terdapat implikasi diantara kualitas produk kosmetik terkait keputusan membeli?
2. Apakah terdapat implikasi diantara minat beli produk kosmetik terkait keputusan pembelian?
3. Apakah kualitas terdapat implikasi diantara produk kosmetik dan minat beli dengan simultan terkait keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Guna menganalisa dampak kualitas produk kosmetik terkait pembelian konsumen pada Toko Sherly Cecemoychan Probolinggo.
2. Guna menganalisa dampak minat untuk membeli produk kosmetik terkait pembelian konsumen pada Toko Sherly Cecemoychan Probolinggo.
3. Guna menganalisa dampak minat untuk membeli produk serta kualitas produk dengan serentak terkait pembelian konsumen pada Toko Sherly Cecemoychan Probolinggo.

1.4 Manfaat Peneliatan

Penulis berharap dengan ddilaksanakannya riset ini dapat bermanfaat untuk pihak berikut ini:

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan riset yang dilakukan ini menghasilkan manfaat berkaitan dengan keilmuan serta pengetahuan mengenai perbandingan antara teori yang dipelajari oleh penulis saat berkuliah dengan aplikasinya di dunia perbisnisan

b. Manfaat Praktis

Peneliti berharap riset yang dilakukan dapat digunakan sebagai saran bagi lembaga bisnis yang diteliti agar dapat mengembangkan toko yang dimiliki supaya menjadi lebih maju di kemudian hari. Untuk pihak lainnya, dengan dilakukannya riset ini bisa menghasilkan manfaat yang bisa didapatkan bagi mereka yang melaksanakan riset relevan dengan tema yang diambil penulis.