

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman sekarang banyak produk-produk make up yang menawarkan harga murah dan kualitas bagus dan salah satunya adalah Wardah. Bahkan di zaman milenial seperti sekarang ini banyak sekali perempuan yang menggunakan make up untuk sehari-hari atau untuk acara tertentu, bahkan jarang sekali perempuan yang tidak menggunakan make up, karena perempuan akan merasa PD (Percaya Diri) ketika tampil cantik dengan make up.

Wardah cosmetic adalah brand kosmetik ternama, salah satu kosmetik asli indonesia yang secara khusus untuk wanita-wanita muslimah dan secara umum untuk seluruh wanita yang ingin memakai kosmetik yang aman dan tidak mengandung bahan berbahaya serta bersertifikasi halal. Wardah Cosmetic berkomitmen puluhan tahun untuk selalu mengedepankan kualitas dalam mendukung wanita tampil cantik sesuai karakternya masing-masing. Produk Wardah mengandung bahan baku yang aman dan halal, diciptakan untuk kenyamanan dan ketenangan wanita yang menggunakannya.

Definisi pemasaran lebih diidentikan dengan proses pengenalan produk atau servis kepada konsumen yang potensial.

Sedangkan pengertian pemasaran itu sendiri adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu dan terencana yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengkomodifikasi pemerintah pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra dan masyarakat umum.

Persaingan bisnis saat ini semakin dinamis kompleks dan tidak pasti sehingga memacu para pengelola perusahaan untuk dapat berfikir kreatif, inovatif agar selalu memberikan diferensiasi, serta keunggulan bagi perusahaannya dibandingkan dengan pesaingannya. Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Pemasaran (*marketing*) bersangkut paut dengan kebutuhan hidup sehari-hari melalui proses tersebut, produk atau jasa diciptakan, dikembangkan, dan didistribusikan pada masyarakat. Hakikatnya, pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhannya dan keinginan melalui proses pertukaran. Konsep penting dalam studi pemasaran adalah kebutuhan, keinginan, permintaan, produk, pertukaran, transaksi dan pasar.

Dan saat ini banyak bermunculan merek kosmetik dengan berbagai jenis, kegunaan dan manfaatnya. Hal itu membuat para produsen terus berupaya menciptakan produk terbaiknya. Salah satunya Wardah produsen asal Indonesia ini terus-menerus berinovasi untuk menguasai pasar. Memberikan spesifikasi produk yang terbaik, berkualitas serta berlabel halal dengan memberikan harga yang terjangkau adalah kunci utama menjadi market leader karena harga yang kosmetik yang saat ini sangat variatif dari harga yang murah sampai yang berharga sangat mahal memungkinkan semua masyarakat dari semua kalangan dapat membeli dan menggunakan kosmetik dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan dari semua kalangan dapat membeli dan menggunakan kosmetik dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan yang cukup pesat terutama dari kalangan wanita. Dengan semakin banyak produsen produk kosmetik untuk menawarkan produknya.

Menurut Effendi M. Gundur (2010:281).” Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan serta bersifat fleksibel.

Menurut Kotler dan Keller (2017: 15), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. harga merupakan elemen termurah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Pendapat yang diajukan oleh Kotler dan Keller (2012:121) menyatakan bahwa “kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya”. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut David Garvin dalam Fandy Tjiptono (2016:134) “kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan”.

Menurut Kotler dan Keller (2012:166) “bahwa keputusan pembelian adalah seluruh pengalaman yang dimiliki oleh konsumen di dalam pembelajaran, pemilihan, penggunaan, dan bahkan bagaimana mereka membuang suatu produk”.

Menurut Machfoedz (2013: 44), “mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan

dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan”.

Oleh karena itu, tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan, dengan kehadiran pelanggan dapat menentukan kepuasan pada produk wardah, didukung juga dengan memberikan layanan yang berkualitas tinggi. Dengan begitu produk wardah dapat dicintai dan disukai oleh pelanggan dari lubuk hati mereka. Konsumen saat ini lebih pilih-pilih, lebih pintar, lebih sadar harga, lebih menuntut, dan disukai oleh banyak pesaing Dengan memberikan pelayanan yang sama atau bahkan lebih baik. Oleh karena itu, untuk menumbuhkan pelanggan yang loyal, perusahaan harus menciptakan kepercayaan pada merek tersebut kepada para pelanggannya. Seiring dengan perkembangan jaman, kosmetik adalah salah satu hal penting terutama dikalangan wanita, kosmetik memiliki banyak kegunaan diantaranya bisa digunakan sebagai tata rias didalam dunia hiburan, mempercantik diri, sebagai perawatan kesehatan. Persaingan bisnis semakin tajam, perilaku konsumen berubah, teknologi informasi berkembang dengan cepat mendorong organisasi bisnis untuk lebih fokus menanggapi konsumen untuk menjamin perkembangan dan keberlanjutan bisnis. Di saat persaingan semakin ketat, produsen berusaha memenuhi

kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menawarkan berbagai jenis produknya, dampaknya konsumen memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar.

Dengan menyadari pentingnya make up bagi seorang wanita produk Wardah dengan kualitas yang baik dapat memberikan manfaat sesuai kebutuhan . maka dengan itu penulis tertarik membahas masalah dalam penelitian ini dengan judul “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MEREK WARDAH PADA MAHASISWI STIE PPI”

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti membatasi masalah pada :

1. Penelitian ini dilakukan di STIE PPI yang beralamat di Griya Harsa II No.29-30 Citra Raya, Cikupa Tangerang.
2. Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2021 sampai dengan Januari 2022.
3. Responden dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang mengambil program studi manajemen angkatan 2018 di kampus STIE PPI Citra Raya Tangerang

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kosmetik merek Wardah pada mahasiswa STIE PPI?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswa STIE PPI
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik merek Wardah pada mahasiswa STIE PPI ?

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pembelian kosmetik merek Wardah pada Mahasiswi STIE PPI
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik merek Wardah pada Mahasiswi STIE PPI
- c. Untuk mengetahui harga dan kualitas produk terhadap kepuasan Mahasiswi STIE PPI pada kosmetik Wardah

2. Manfaat Penelitian

a. Untuk peneliti

Memberikan informasi dan pengetahuan kepada penulis mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah pada Mahasiswi di STIE PPI.

b. Untuk pembaca

Untuk memberi informasi dan menambah wawasan pengetahuan serta sebagai bahan referensi bagi yang ingin melakukan pembahasan yang sama.

- c. Untuk pihak Kampus STIE PPI

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan penelitian tentang harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur variabel pertama, kedua, dan ketiga, dan kerangka berfikir serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian, dilanjutkan dengan pembahasan, deskripsi data penelitian, deskripsi variabel, analisis penelitian dan pembahasan

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan akhir dari penyajian hasil penelitian, yang memuat tentang simpulan yang merupakan jawaban dari hipotesis, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran