

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Produk kosmetik dewasa ini menunjukkan perkembangan yang sangat pesat bagi kaum wanita, terbukti dengan semakin banyaknya produk kosmetik yang merambah Di Kabupaten Tangerang khususnya di Citra Raya, Cikupa. Hal ini menjadikan konsumen harus lebih selektif dalam memilih produk kosmetik sehingga tidak perlu membuang biaya dan waktu yang banyak. Produk kecantikan termasuk dalam usaha jasa dengan tujuan memuaskan pelanggan atau konsumen. Dengan munculnya berbagai macam produk kosmetik ini menyebabkan persaingan antara produk kecantikan yang lainnya semakin ketat sehingga mendorong setiap produk kecantikan untuk berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya.

Menurut Zaenal & Muhibudin (2018: 5), "Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan aktivitas secara langsung yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga masyarakat mendapatkan kepuasan". Dengan demikian, waktu pelayanan berjalan efektif dan efisien, dilengkapi dengan sarana prasarana yang memadai sehingga pelayanan dapat dilakukan secara maksimal.

Kotler dan Amstrong (2015: 312), menyatakan bahwa *“price as the amount of money charged for a product or service, or the sum of values that customers exchange for benefits of having or using the product service”*, yang artinya 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 dan jasa.

Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya. Kepuasan konsumen juga tergantung pada kualitas jasa atau pelayanannya. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Karena pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberi suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas pelayanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas pelayanannya yang baik.

Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidaknya terhadap suatu produk atau jasa. Selain itu bagian dari unsur yang melekat pada diri individu konsumen yang disebut behavior dimana akan merujuk pada tindakan fisik yang nyata dapat dilihat dan diukur oleh orang lain.

Menurut Buchari Alma (2014: 96) yang mendefinisikan yaitu “keputusan pembelian sebagai suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, proses, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang akan dibeli”. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas, peneliti sampai pada pemahaman bahwa keputusan pembelian merupakan tahap dimana konsumen mempunyai pilihan alternatif atau lebih dalam memutuskan membeli atau tidaknya membeli suatu barang atau jasa.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan.

Atas dasar uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Pada Masyarakat Citra Raya.**

B. Batasan Masalah

Didalam mengadakan penelitian ilmiah seseorang peneliti harus benar-benar mengetahui masalah yang akan diteliti. Hal ini agar dalam penelitian tidak mengalami kesulitan dalam pelaksanaannya. Sesuai judul yang di tulis maka penulis membatasi hanya pada masalah **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS.GLOW PADA MASYARAKAT CITRA RAYA”**. Penelitian dilaksanakan mulai November 2021s/d selesai.

C.Rumusan Masalah

Menurut Sugiyono (2015: 228) rumusan masalah merupakan bentuk pertanyaan yang dapat memandu peneliti untuk mengumpulkan data di lapangan. Ketika menyusun sebuah rumusan masalah harus memperhatikan teknik perumusan masalah. Sehingga dalam melaksanakan penelitiannya tidak mengalami kesalahan atau kegagalan.

Berdasarkan latar belakang dan teori tersebut, maka permasalahan yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Ms.glow pada masyarakat Citra Raya?

2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Ms.Glow pada masyarakat Citra Raya?
3. Apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Ms.Glow pada masyarakat Citra Raya?

D. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian perlu dilakukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Ms.Glow pada masyarakat Citra Raya.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Ms.Glow pada masyarakat Citra Raya.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Ms.Glow pada masyarakat Citra Raya.

E. Sistematika Penulisan

Untuk menggambarkan yang jelas mengenai penelitian ini, maka disusunlah suatu sistematika penulisan mengenai materi yang akan dibahas dalam tiap-tiap bab.

Adapun sistematika penulisan ini sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang, penelitian batasaan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan BAB.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan tentang teori-teori para ahli yang mendukung penelitian, meliputi tentang kajian pustaka dan variabel produk, promosi penjualan, minat beli, kerangka pemikiran, hipotesis, dan penelitian terdahulu.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel penelitian dan teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang sejarah singkat objek penelitian, deskripsi data penelitian, deskripsi data variabel, analisis hasil penelitian dan pembahasan.

5. BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan tentang simpulan dan saran.