

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan dunia bisnis yang semakin modern Industri kecantikan saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat termasuk di Indonesia. Kemajuan bidang ekonomi budaya dan teknologi telah mengubah gaya hidup seseorang, mulai dari fashion sampai perawatan kulit sehingga banyak berbagai produk perawatan kecantikan yang menjadi salah satu kebutuhan paling mendasar wanita. Perkembangan tersebut telah menciptakan persaingan yang ketat dalam industri perawatan kecantikan atau kosmetik, yang tercermin dari bertambahnya jumlah merek produk kosmetik yang berbeda yang muncul di pasar, baik *brand* impor maupun *brand* lokal. Sehingga tiap perusahaan kosmetik terus meningkatkan inovasinya untuk memenuhi kebutuhan ataupun kemauan konsumen agar dapat bertahan di tengah persaingan yang sangat ketat saat ini.

Berbagai merek kecantikan yang beredar dipasaran menambah persaingan. Bersaing di industri kecantikan, produsen terus berinovasi, memodifikasi dan mengolah kreativitas produk agar selalu sejalan dengan kualitas produk dan dapat bersaing di pasar serta memenuhi kebutuhan konsumen. Beragam produk dari beberapa brand ternama dari dalam dan luar negeri ditawarkan untuk perawatan tubuh dan wajah. *Scarlett Whitening* adalah salah satu *brand* yang menjual produk berkualitas dan memiliki nilai lebih tinggi dari produk pesaing lainnya. *Scarlett Whitening* merupakan produk lokal dari Indonesia yang didirikan pada tahun 2017

pemilikinya yaitu seorang publik figur Felicya Angelista. *Scarlett Whitening* berfokus pada tiga kategori perawatan yaitu, perawatan wajah, perawatan badan dan juga perawatan rambut. *Scarlett Whitening* juga mengklaim bahwa produk-produknya sudah aman dan tidak menggunakan zat yang berbahaya, seperti merkuri dan *hydroquinone* sehingga aman untuk digunakan bahkan ibu hamil dan ibu menyusui. Untuk memastikan keamanan produknya *Scarlett Whitening* juga mendaftarkannya ke BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).

Berikut adalah grafik penjualan produk kecantikan terlaris di Indonesia :



Gambar 1.1

Top Rank Brand Produk Kecantikan Terlaris 2022

Sumber : Kompas

Gambar 1.1 dapat dijelaskan bahwa orang Indonesia masih lebih mempercayakan produk lokal untuk merawat diri. *Scarlett Whitening* ini kokoh berada di urutan paling atas penjualan dengan *marketshare* terbesar 11,32%. Diposisi kedua, ada Nivea yang tidak jauh berbeda nilainya yaitu 11,12% dan diikuti dengan Vaseline sebesar 7,14%. Menarik untuk dicermati bahwa *Scarlett Whitening*, merk perawatan wajah dan tubuh lokal yang baru didirikan sejak 2017

mampu mengalahkan para kompetitornya yang merupakan merek internasional. *Sales revenue* produk *Scarlett Whitening* sendiri mencapai lebih dari Rp. 23,8 miliar sepanjang 2022. Sementara itu jauh dari *Scarlett Whitening* yang masih terbilang baru, *brand* lainnya yang masuk dalam *top rank brand* ini berdasarkan jumlah produk terjual diantaranya adalah Nivea dan Vaseline. Sedangkan berdasarkan nilai transaksi, Nivea menduduki posisi kedua dengan *sales revenue* sebanyak Rp. 23,4 miliar. Lalu, disusul Vaseline dengan *sales revenue* senilai Rp. 15 miliar.

Dapat dinyatakan bahwa *Scarlett Whitening* merupakan produk yang paling banyak diminati oleh masyarakat dengan adanya keunggulan tersendiri. Perusahaan *Scarlett Whitening* juga harus mampu bersaing dalam pemasaran dengan menciptakan sebuah inovasi agar konsumen tertarik dari segi kualitas maupun harga dan promosi pada produk yang ditawarkan. Data tersebut menunjukkan bahwa *Scarlett Whitening* mampu bersaing dengan produk terkenal lainnya.

Munculnya situs media sosial yang penuh dengan berbagai gambar atau foto seperti Instagram mendorong seseorang untuk tampil terbaik. Hal ini meningkatkan kebutuhan masyarakat akan tampilan yang lebih menarik. Ini adalah fenomena dimana setiap orang berlomba-lomba untuk tampil menarik. Kesadaran seseorang tentang perawatan dimulai sejak usia muda, tidak hanya perempuan yang peduli tetapi juga laki-laki. Menghadapi fenomena tersebut, semua *brand skincare* termasuk *Scarlett Whitening* tidak pernah berhenti berinovasi, mulai dari yang sudah merambah pasar *offline* maupun *online*.

Menurut Firmansyah (2019) kualitas produk adalah suatu pemahaman terhadap barang yang akan dijual dan memiliki nilai yang unggul dibandingkan barang pesaing serta kualitas produk juga termasuk salah satu faktor yang menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian. Kualitas yang terdapat dalam produk dan sesuai dengan keinginan konsumen dapat meningkatkan penjualan terhadap produk tersebut dan sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen maka konsumen akan merasakan kecewa terhadap produk dan tidak akan melakukan keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tri, dkk (2019) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian Adonis & Silintowe (2021) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pendapat kedua penelitian terdahulu tersebut terdapat *gap research* pada variabel kualitas produk.

*Scarlett Whitening* selain kualitas produk yang baik, juga memiliki harga yang murah dibandingkan dengan produk kecantikan sekelasnya. Harga yang ditawarkan sangatlah sesuai dengan kualitas yang diberikan oleh *Scarlett Whitening* tersebut juga banyak konsumen yang lebih memilih *Scarlett Whitening* dibandingkan produk lain pada kelas yang sama. Maka dari itu, peneliti tertarik meneliti *Scarlett Whitening* dengan variabel harga untuk membuktikan bahwa harga layak diteliti dan bisa dibandingkan dengan penelitian sebelumnya dengan subjek yang sama. Menurut Tandjung (2004:78) dalam (Jumhodikronim & Hartelina 2022) harga adalah sejumlah uang yang telah ditetapkan pada suatu

produk maupun jasa yang dapat ditukarkan dengan melakukan transaksi antara penjual dengan konsumen. Harga juga merupakan faktor dari keputusan pembelian karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mempertimbangkan dengan kualitas produknya dan juga dapat meningkatkan produk yang berbeda halte juga memiliki tingkatan yang berbeda-beda sesuai dengan kualitas yang dimiliki oleh setiap produk.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fera & Pramuditha (2021) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian Khumairo, dkk (2018) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Laksana (2019:129) promosi adalah komunikasi yang bersumber dari pengetahuan yang benar antara penjual dan pembeli, bertujuan untuk merubah sikap dan perilaku pembeli yang sebelumnya tidak mengetahui menjadi saling mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Diah Ernawati (2019) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian Aprili Sugiato, Sarli Rahman (2019) menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian terhadap produk *Scarlett Whitening* pada penelitian ini didasari dengan beberapa variabel di atas diantaranya kualitas produk, harga dan promosi. Perbedaan dari beberapa peneliti yang dapat menjadi landasan sebuah penelitian dan tertarik menerapkan pengertian tentang kualitas produk harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada produk *Scarlett Whitening*, bahwa

*Scarlett Whitening* memiliki keunggulan tersendiri agar membuat konsumen mengambil keputusan pembelian. Seperti halnya kualitas produk yang memiliki peran yang sangat penting bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, harga yang membuat konsumen menjadi pertimbangan untuk melakukan keputusan pembelian dan promosi yang menjadi sebuah identitas pada suatu barang yang diinginkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, saat ini di Lumajang belum ada toko atau klinik khusus produk *Scarlett Whitening* tetapi ada beberapa toko yang menjual produk ini seperti di toko Blablu dan Orzora.

Memilih dan meneliti produk *Scarlett Whitening* jika dikaitkan dengan mahasiswa kampus Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang adalah produk *Scarlett Whitening* yang memiliki banyak manfaat dan memiliki kandungan bahan alami yang berkhasiat untuk kulit dan sudah terbukti kualitasnya. *Scarlett Whitening* juga memiliki harga yang terjangkau untuk kalangan mahasiswa, harga yang terjangkau menjadikan produk *Scarlett Whitening* sebagai salah satu pilihan yang tepat bagi mahasiswa, tidak heran jika di kampus Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang produk *Scarlett Whitening* mungkin sangat banyak sekali peminatnya, tidak hanya perempuan saja yang memakainya laki-laki pun bisa memakai produk *Scarlett Whitening* tersebut.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* (Studi Kasus pada Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang)”**



## 1.2 Batasan Masalah

Sebagaimana dalam penelitian ini yang berfokus pada pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, batasan masalah diperlukan. Batasan masalah dari penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini hanya dilakukan pada bidang Manajemen Pemasaran.
- b. Penelitian yang dilakukan lebih memfokuskan pada kualitas produk, harga dan promosi sebagai variabel independen sedangkan variabel dependennya yaitu keputusan pembelian.
- c. Responden dalam penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa pengguna produk *Scarlett Whitening* yang ada di Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang Prodi Manajemen.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan pokok dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* mahasiswa prodi Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang ?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* mahasiswa prodi Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang ?
- c. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* mahasiswa prodi Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang ?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* mahasiswa prodi Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.
- b. Untuk mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* mahasiswa prodi Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.
- c. Untuk mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* mahasiswa prodi Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka ada manfaat yang diharapkan pada penelitian ini sebagai berikut :

##### a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat digunakan untuk penelitian kembali tentang pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian serta sebagai referensi agar mengembangkan ilmu pengetahuan terutama dalam manajemen pemasaran.



## b. Manfaat Praktis

### 1). Bagi Peneliti

Sebagai bahan penambahan wawasan ilmu pengetahuan serta pemahaman teori dan praktik dilapangan yang menjadi syarat untuk menempuh Sarjana Manajemen (S.M) di Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

### 2). Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan menambah informasi dalam strategi manajemen untuk para peneliti baru yang memiliki kesamaan dalam variabel serta dapat dikembangkan agar lebih sempurna dalam sebuah penelitian.

### 3). Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi bahan masukan yang dapat dijadikan sarandalam memberikan informasi mengenai kualitas dan harga produk *Scarlett Whitening*.

