

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Di era perkembangan zaman ini, banyak wanita yang menginginkan penampilannya terlihat cantik dan menawan. Untuk itu, kosmetik menjadi salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi wanita guna menunjang kehidupan sehari-harinya demi mempertahankan kecantikan. Di pasar industri kosmetik perusahaan berlomba-lomba untuk membuat suatu produk kosmetik dengan formula yang berbeda. Brand kosmetik saat ini pun sangat beragam, mulai dari produk lokal hingga produk luar negeri. Tentunya, setiap produk kosmetik memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing yang sesuai dengan jenis kulit yang berbeda-beda. Maka sebelum membeli produk kosmetik konsumen harus mencari informasi terlebih dahulu melalui iklan, brosur atau pendapat orang lain yang pernah menggunakan produk tersebut untuk membandingkan produk satu dengan yang lainnya.

Pentingnya produk kosmetik memiliki lisensi dari BPOM agar produk tersebut teruji secara klinis bahwa memiliki kandungan yang aman untuk digunakan sehingga membuat konsumen yakin dengan produk yang dijual. Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar, atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik (Peraturan BPOM RI, Pasal 1 No. 8 Tahun 2021).

Menurut Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika Indonesia (PPAK Indonesia), memproyeksi penjualan pada tahun 2021 akan bertumbuh pada kisaran 7% menjadi US\$ 7,45 juta dari tahun 2020 sebesar US\$ 6,95 juta dan pada tahun 2018 industri ini mencatat penjualan berkisar US\$ 6,90 juta. Dengan proyeksi penjualan tersebut dapat diharapkan agar industri farmasi dan obat tradisional,

termasuk kosmetik dapat menggunakan bahan baku lokal karena Indonesia memiliki keunggulan komparatif dibandingkan dengan negara lainnya (ekonomi.bisnis.com).

Dalam industri kosmetik terdapat persaingan ketat yang semakin kompetitif untuk memproduksi berbagai macam jenis kosmetik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jenis kosmetik yang beredar di pasaran, baik diproduksi dalam negeri maupun luar negeri sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk kecantikan yang aman untuk digunakan sehari-hari.

Wardah merupakan salah satu merek kosmetik halal yang diproduksi oleh PT. Paragon Technology And Innovation (PT. PTI). Seluruh rangkaian produk kosmetik Wardah terbuat dari bahan yang berkualitas serta terbukti aman dan halal. Wardah diformulasikan oleh para ahli farmasi dan kecantikan yang menghadirkan produk dengan inovasi terkini agar semakin percaya diri dalam menggunakan produk yang berkualitas. Produk Wardah tidak mengandung zat berbahaya serta telah memiliki sertifikat halal dari lembaga LPPOM MUI dan aman digunakan karena memakai bahan yang bermutu tinggi dan telah memiliki nomor registrasi yang dikeluarkan oleh Departemen Kesehatan.

Produk wardah mempunyai kualitas produk, citra merek, dan harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dimana banyak konsumen yang menyukai produk Wardah mulai dari kalangan remaja hingga kalangan dewasa. Wardah percaya bahwa citra positif, bisa meningkatkan kepercayaan diri wanita Indonesia untuk berkarya. Dengan perawatan dan kosmetik yang tepat, mereka bisa mendapatkan penampilan, karir, dan kehidupan yang lebih baik.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi daripada keinginan pelanggan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Keller, 2016).

Citra merek yaitu menggambarkan sifat ekstrinsik produk atau jasa, termasuk cara dimana merek berusaha memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial pelanggan (Kotler dan Keller, 2016).

Harga bagi suatu usaha atau badan usaha yang menghasilkan pendapatan (*income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *Product* (produk), *Place* (tempat atau saluran), dan *Promotion* (promosi) menimbulkan biaya atau beban

yang harus ditanggung oleh suatu usaha atau badan usaha, sedangkan yang dipakai sebagai alat pengukur adalah uang (Didin dan Anang, 2019).

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2017).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis ingin membahas dan meneliti masalah yang ada dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Toko Watsons Mall Bassura).

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dibawah ini merupakan rumusan masalah berdasarkan pokok penelitian :

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah?
2. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk, citra merk dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh citra merk terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk, citra merk dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Secara umum manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan baik teoritis maupun penerapan teori dengan realitas yang ada.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak perusahaan tentang faktor-faktor seperti kualitas produk, citra merek, dan harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.