

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan ekonomi dewasa saat ini semakin mengarah pada persaingan ketat, khususnya untuk perusahaan sejenis dalam memasarkan produknya. Menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan berlomba-lomba untuk memasarkan produk yang dihasilkan dengan cara terus berusaha mengembangkan kreativitas, dan inovasi-inovasi terbaru dari produk yang dihasilkan agar lebih unggul dari produk pesaing. Salah satu industri yang cukup pesat saat ini ialah industri produk kecantikan. Produk kecantikan atau kosmetik termasuk ke dalam produk perawatan diri yang dapat meningkatkan kepercayaan diri pemakainya terutama konsumen wanita.

Seiring perkembangan zaman, kosmetik merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi seorang wanita. Disadari atau tidak, dalam kesehariannya wanita tidak bisa lepas dari kosmetik. Produk kecantikan dan perawatan tubuh ini digunakan oleh sebagian besar wanita mulai dari pagi hari hingga malam hari, sehingga diperlukan persyaratan yang aman untuk dipakai.

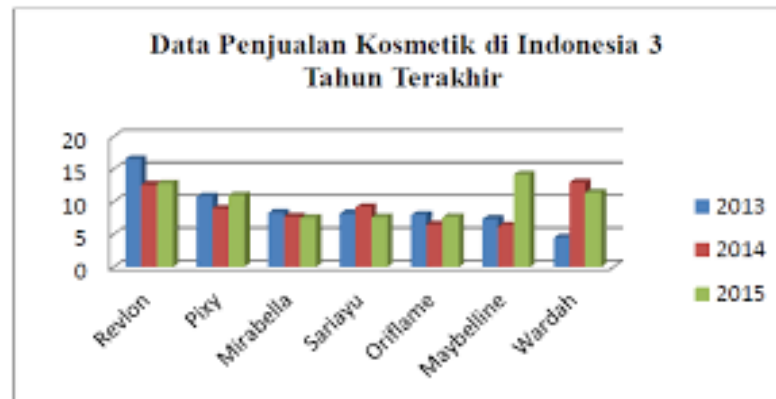
Kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan sebagai pemenuhan kebutuhan sekunder. Bagi wanita, produk kosmetik selalu menjadi bagian dari kehidupannya sehari-harinya demi mempertahankan dan mendapatkan kecantikan dari waktu ke waktu. Kosmetik pada saat ini telah menjadi kebutuhan manusia yang tidak bisa dianggap sebelah mata lagi salah satunya produk Wardah yang banyak diminati kaum wanita dan memiliki citra merek yang baik.

Wardah salah satu merek kosmetik bernafaskan Islami yang diproduksi oleh PT. Paragon Technology And Innovation (PTI) dibuat oleh Indonesia dan tidak mengandung bahan berbahaya serta telah memiliki sertifikat halal dari lembaga LP POM MUI dan Aman karena memakai bahan baku bermutu tinggi dan tentunya telah memiliki nomor registrasi yang dikeluarkan oleh Departemen Kesehatan.

Kosmetik wardah lebih menonjolkan terhadap kehalalan produk tersebut. Kosmetik halal makin menjadi kebutuhan perempuan, utamanya bagi pengguna kerudung. Sertifikasi halal, baik pada penggunaan bahan maupun cara produksi menjadi salah satu pertimbangan kalangan hijabers dalam memilih kosmetik. Kosmetik muslimah dengan sertifikasi halal tak lantas khusus diperuntukkan bagi perempuan berkerudung atau muslim. Perempuan mana pun yang ingin tampil menarik tapi tak berlebihan, bisa memilih produk semacam ini. Kosmetik wardah merupakan salah satu produk yang menjadi kebutuhan kalangan perempuan. Wardah terdiri dari beberapa jenis produk, yaitu lipstick, bedak, pelembab, eye liner, pembersih wajah, dan foundation dan masih banyak lagi.

Tabel 1.1

Data Penjualan Kosmetik di Indonesia 3 Tahun Terakhir



Sumber : <https://tirto.id/saat-kosmetik-halal-memimpin-pasar-bP4>

Berdasarkan data yang diperoleh di atas, dilihat bahwa penjualan dari beberapa produk kosmetik mengalami kenaikan dan penurunan penjualan selama 3 tahun terakhir, baik produk Revlon, Maybelline dan Wardah. Produk mereka saling bersaing dalam penjualannya. Namun pada Produk Wardah mengalami penurunan penjualan dari tahun 2014 ke tahun 2015. Upaya saat ini untuk memenuhi keinginan konsumen agar dalam mengkonsumsi produk, perusahaan harus memberitahukan manfaat produk dan cara penggunaannya. Selain itu, ada pula kosmetik yang belum diuji secara resmi oleh laboratorium. Tentunya sangat berbahaya untuk kosmetik dan yang memalsukan merek kosmetik terkenal sehingga produk mereka pun bisa laris terjual.

Kualitas produk merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian merupakan hal dasar yang penting, sebab dengan pengetahuan dasar yang baik mengenai kebutuhan konsumen, perusahaan dapat lebih mengetahui apa yang

diinginkan oleh konsumen itu sendiri terutama dalam kaitannya dengan keputusan pembelian konsumen yang selalu berubah-ubah.

Menghadapi kenyataan demikian penjual dituntut untuk mengembangkan kebijaksanaan pemasaran yang aktif serta senantiasa mengikuti perkembangan ekonomi, teknologi, kebutuhan, dan pola hidup masyarakat. Perusahaan harus mengembangkan informasi dan pengetahuan mengenai strategi penjualan produknya.

Keinginan menggunakan produk kecantikan, menimbulkan persaingan di dunia industri perawatan pribadi dan kosmetik juga semakin kompetitif. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jenis kosmetik yang beredar di pasar, baik yang diproduksi dalam negeri maupun luar negeri. Keberagaman produk kecantikan yang ada di pasar, ternyata mempengaruhi sikap seseorang dalam memilih produk kecantikan yang sesuai dengan kulitnya dan tidak memiliki resiko atau efek yang berbahaya bagi kesehatan kulit.

Konsumen juga menjadikan merek sebagai salah satu pertimbangan penting ketika ingin membeli suatu produk. Dengan demikian, konsumen percaya bahwa merek tertentu bisa memberikan jaminan kualitas produknya, dan secara emosional merek tersebut dianggap menjaga atau meningkatkan citra dan gengsi penggunaannya. Sehingga setelah membeli produk konsumen akan merasa puas atau tidak puas dan akan masuk ke perilaku setelah pembelian.

Keputusan pembelian merupakan 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 (2008:21).

Menurut Olson (dalam Sangadji, 2013:332) yang dimaksud keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Definisi lain menurut Hasan (2013:181), keputusan pembelian adalah keputusan dalam memilih tindakan dari beberapa alternative dalam membeli produk dan jasa yang akan dikonsumsi.

Proses keputusan konsumen bukanlah berakhir dengan pembelian, namun berlanjut hingga pembelian tersebut menjadi pengalaman bagi konsumen dalam menggunakan produk yang dibeli tersebut. Pengalaman itu akan menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan pembelian dimasa depan (Ma'ruf, 2005:14).

Berdasarkan latar belakang diatas tersebut, maka judul penelitian yang diangkat penulis adalah ***“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Wanita Berhijab di Kota Gorontalo”***

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka penulis perlu mengidentifikasi masalah yang timbul. Hal ini digunakan untuk menyederhanakan permasalahan dan memperjelas arah penelitian sesuai dengan judul yang

dikemukakan diatas. Permasalahan yang akan diidentifikasi sebagai berikut :

1. Kecenderungan konsumen masi memiliki alternative lain selain membeli produk wardah
2. Banyaknya pesaing kosmetik lain yang memiliki kualitas produk yang lebih baik
3. Banayaknya konsumen yang merasa kurang cocok dengan produk wardah

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka peneliti merumuskan masalah yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk wardah?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk wardah?
3. Apakah kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap produk wardah?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk wardah pada Wanita Berhijab di Kota Gorontalo
2. Untuk mengetahui citra merek terhadap keputusan pembelian produk wardah pada Wanita Berhijab di Kota Gorontalo
3. Untuk mengetahui kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk wardah pada Wanita Berhijab di Kota Gorontalo

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **a. Bagi peneliti**

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan tentang penerapan pelaksanaan teori yang selama ini penulis peroleh dari bangku kuliah dan memahami ilmu manajemen pemasaran serta pelaksanaannya secara langsung di lapangan khususnya mengenai kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian wardah pada wanita berhijab di Kota Gorontalo.

### **b. Bagi perusahaan**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan yang dipertimbangkan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk dan citra merek, dalam merumuskan program dan tujuan serta pengambilan keputusan dalam rangka pengembangan perusahaan.

### **c. Untuk lembaga**

Diharapkan kegunaan penelitian ini dapat menambah kajian ilmu mengenai pentingnya kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Disamping itu hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama dikemudian hari.