

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produk kecantikan menjadi salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia. Industri kecantikan mengalami pertumbuhan yang luar biasa dari tahun ke tahun. Industri kecantikan merupakan salah satu industri yang mampu bertahan di tengah tantangan pandemi yang masuk ke Indonesia sejak setahun 2019. Hal ini dibuktikan dengan permintaan akan produk perawatan diri dan kecantikan yang tercatat memiliki pertumbuhan positif dan inovasi teknologi sangat relevan di masa penerapan adaptasi kebiasaan baru yang diterapkan oleh pemerintah saat ini. Perusahaan industri kecantikan berlomba-lomba berkembang dengan kreativitas, dan inovasi terbaru yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga menjadi produk yang unggul dalam bersaing di pasaran dalam negeri maupun luar negeri. Menteri Perindustrian Husin (2016) menyatakan saat ini terdapat 760 perusahaan kosmetik yang tersebar di Indonesia, hal ini dapat kita lihat dengan banyak bermunculan merek-merek kecantikan khususnya *hand & Body lotion* baru yang bersaing dalam menyediakan produk *hand & Body lotion* khusus daerah tropis.

Lotion tangan dan tubuh adalah salah satu jenis kosmetik perawatan kulit yang banyak digunakan oleh kaum wanita pada saat ini.

Berbagai strategi pemasaran dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam meraih suatu peluang bisnis. Keputusan pembelian bagi perusahaan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan guna mempelajari bagaimana perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan terhadap suatu produk atau jasa.

Oleh karena itu keberhasilan bisnis adalah bagaimana perusahaan menyediakan pemahaman, kualitas dan mempengaruhi konsumen untuk memenuhi tujuan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat bersaing dengan memaksimalkan kualitas kepada konsumen. Jika kita menjelajahi industri kosmetik dalam negeri, berbagai perusahaan kecantikan dalam negeri terus mengembangkan produknya agar sesuai dengan tren dan selera pasar.

Kualitas merupakan konsep terpenting dalam menciptakan suatu produk, Produk yang berkualitas adalah produk yang diterima oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan ini perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan pemeliharaan atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Dalam hal ini selera pribadi sangat mempengaruhi.

Secara umum dalam mengelola kualitas produk, harus sesuai dengan kegunaan yang diharapkan kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk dan jasa maka, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen.

Salah satu faktor yang juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Harga suatu produk akan menarik bagi konsumen jika sesuai dengan kualitas produk sekaligus cerminan bagi kualitas sebuah produk yang dapat di bandingkan dengan competitor di dalam pasar. Harga akan menjadi suatu hasil atau penilaian dari keputusan pembelian konsumen terhadap produk. Oleh karena itu, pelaku usaha harus memiliki keunggulan khusus dibandingkan dengan pesaingnya agar menarik konsumen untuk mencoba produk dan mengambil keputusan untuk membeli produk yang kita jual. Persaingan ini juga terjadi pada sektor bisnis kecantikan perawatan tubuh Nivea di Outlet Supermarket Borma Bandung Utara.

PT Beiersdorf Indonesia adalah perusahaan multinasional dari Jerman yang bergerak di bidang kecantikan dan perawatan tubuh, dengan produk utama Nivea. Produk Nivea terkenal akan produk kecantikan yang berkualitas tinggi dan inovatif. Produk yang dihasilkan oleh Nivea antara lain sabun, pelembab, *lotion* tubuh, *deodorant*, perawatan wajah dan masih banyak lagi.

Pada saat ini Nivea telah mengeluarkan produk kesehatan kulit dengan inovasi terbaru tentu nya guna mempermudah konsumen saat pemakaian *Body lotion* berlangsung, dan hasil yang memuaskan dalam waktu yang cepat. Saat ini masyarakat kaum wanita dan masyarakat pengguna kendaraan yang beraktivitas di luar ruangan, mereka cenderung memprioritaskan kesehatan kulit mereka dengan menggunakan produk yang di jual di supermarket dengan harapan melindungi kesehatan kulit mereka sebagai bentuk perlindungan dari aktivitas yang mereka lakukan. Mengingat beberapa produk kosmetik kategori

Body lotion yang sedang viral di media social peneliti ingin melihat seberapa besar minat masyarakat dalam memutuskan membeli produk kosmetik sejenis ini, dalam hal ini peneliti memilih produk Nivea di antara pesaing – pesaing yang lain.

Data yang dikumpulkan dari survei Top Brand Award Indonesia kategori *Body lotion* pada tahun 2019 sampai 2022, adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Pangsa Pasar *Body lotion* Tahun 2020-2022

Brand	2020	2021	2022
Citra	31, 5%	29, 1%	29, 6%
Vaseline	22, 4%	16, 2%	16, 5%
Marina	11, 8%	14, 8%	13, 8%
Nivea	5, 4%	8, 8%	8, 9%
Body Shop	1, 8%	5, 6%	3, 7%

Sumber: Top Brand Award, 2020 – 2022

Seperti yang ditunjukkan dalam keterangan tabel 1. 1 di atas, produk *Body lotion* Nivea selama setiap tahun nya mengalami kenaikan persentase di tahun 2020 sebesar 5, 4% lalu mengalami kenaikan di tahun 2021 menjadi 8, 8% dan di tahun 2022 *Body lotion* Nivea mengalami lagi kenaikan menjadi 8, 9%. Tetapi selama 3 tahun berturut turut jika di dibandingkan dengan merek lain, Nivea selalu menduduki peringkat ke - 4 di dibandingkan dengan produk *Body lotion* citra sebagai top brand, lalu yang kedua produk vaseline, dan yang ketiga produk Marina.

Produk Nivea sudah dikenal sejak lama sebelum merek lain bermunculan dengan produk pelembab wajah. Dengan slogan Produk Skincare number 1 di Dunia, Nivea selalu mengeluarkan produk dengan ritme tren yang sedang berjalan di pasaran. Produk *Body lotion* nivea setiap jenis nya memiliki kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. *Body lotion* nivea menjual 3 jenis produk yaitu, *Body lotion* night nourish yang berfungsi untuk mencerahkan di malam hari, lalu produk yang kedua yaitu *Body lotion* care protect berfungsi melindungi kulit dari paparan sinar matahari sekaligus mengembalikan warna kulit yang belang dalam waktu yang cepat, dan jenis *Body lotion* yang ketiga adalah radiant smooth yang berfungsi untuk melembabkan dan menjaga warna kulit.

Data penjualan dari salah satu gerai yaitu, di Outlet Supermarket Borma Bandung Utara, tepatnya di Jalan Dr. Setiabudi No. 49 Sukarasa, Bandung menunjukkan hasil penjualan *Body lotion* nivea. Penjualan produk tidak mungkin tercapai apabila konsumen tidak memutuskan membeli produk yang diinginkan. Oleh sebab itu peneliti ingin melihat pengaruh dari kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen *Body lotion* nivea dengan cara membuat tabel data penjualan produk Nivea hand *Body lotion* periode 6 bulan terakhir sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Penjualan *Body lotion* Nivea Bulan Agustus 2022 – Januari 2023

Bulan	NIGHT NOURISH	CARE PROTECT	RADIAN SMOOTH	Total / Bulan
	Penjualan	Penjualan	Penjualan	
Ags	Rp 4, 316, 500	Rp 5, 086, 800	Rp 939, 600	Rp 10, 342, 900
Sep	Rp 2, 714, 500	Rp 5, 572, 800	Rp 680, 400	Rp 8, 967, 700
Okt	Rp 3, 026, 000	Rp 4, 244, 400	Rp 1, 555, 200	Rp 8, 825, 600
Nov	Rp 2, 314, 000	Rp 6, 382, 800	Rp 1, 652, 400	Rp 10, 349, 200
Des	Rp 1, 379, 500	Rp 4, 179, 600	Rp 1, 587, 600	Rp 7, 146, 700
Jan	Rp 1, 379, 500	Rp 6, 544, 800	Rp 1, 036, 800	Rp 8, 961, 100
Total / Produk	Rp 15, 130, 000	Rp 32, 011, 200	Rp 7, 452, 000	Rp 54, 593, 200
% Total / Produk	27. 71 %	58. 64 %	13. 65 %	100 %

Sumber: PT. Beiersdorf, 2022 – 2023

Berdasarkan tabel 1. 2 di atas menunjukkan hasil penjualan *Body lotion* nivea dari bulan Agustus 2022 – Januari 2023 produk *Body lotion* nivea mengalami fluktuasi setiap jenis nya dengan masing – masing harga, yaitu night nourish Rp. 44. 500 care protect Rp. 31. 300 dan radiant smooth Rp. 32. 400. Tercatat dari ketiga jenis *Body lotion* di atas yang paling unggul dalam penjualan ialah *Body lotion* jenis care protect dengan penjualan sebesar 58, 64% sedangkan *Body lotion* jenis night nourish mencapai 27, 71% dan *Body lotion* jenis radiant smooth mencapai 13, 65%. Jika suatu produk memiliki kualitas yang baik bagi konsumen, mereka cenderung terpengaruh untuk melakukan keputusan pembelian, seperti hal nya *Body lotion* nivea jenis care protect yang menjadi jenis varian paling laku karena *lotion* ini memiliki harga jual yang paling rendah dan fungsi nya yang sesuai dengan harapan konsumen, yaitu melindungi dari

sinar matahari dan mengembalikan warna kulit yang belang dengan cepat. Sedangkan night nourish memiliki harga jual yang paling tinggi dan hanya bisa dipakai ketika malam hari saja dan radiant smooth memiliki harga jual yang sedang dan memiliki fungsi melembabkan dan menjaga warna kulit saja.

Disisi lain dari ketiga jenis *Body lotion* nivea ini memiliki masalah kualitas produk yang sama yaitu pada tutup botol kemasan yang mudah pecah, kemasan produk mudah bocor jika dibawa berpergian, pencantuman vitamin yang kurang jelas pada kemasan, penjelasan untuk tekstur dan waktu yang akan dihasilkan produk kurang tampak pada kemasan produk, dan di outlet borma bandung utara *Body lotion* nivea tidak menyediakan tester untuk aroma produk *Body lotion* tersebut.

Konsumen tidak mungkin memutuskan pembelian suatu barang tanpa berbagai pertimbangan terlebih dahulu terhadap produk tersebut, Konsumen biasanya akan mencari produk berkualitas tinggi dengan harga yang tentunya terjangkau, karena jika suatu produk memenuhi hasil yang diinginkan, tentunya konsumen akan melakukan keputusan untuk membeli barang tersebut.

Selanjutnya pembeli juga harus mempertimbangkan harga produk. Mereka akan memutuskan untuk membeli produk jika memenuhi harapan mereka. Dalam hal ini sebenarnya produk *Body lotion* nivea termasuk produk kecantikan untuk kalangan menengah sehingga pilihan harga tergantung pada level tersebut. Harga *Body lotion* nivea sesuai dengan kualitas produk dari produsen yang di sesuaikan pada level menengah. Oleh karena itu diperlukan suatu

observasi awal tentang keputusan pembelian dilihat dari kualitas produk dan harga.

Penulis telah melakukan observasi awal kepada konsumen dalam hal ini konsumen *Body lotion* nivea menggunakan teknik wawancara terstruktur dalam bentuk dualitas (pernyataan setuju dan tidak setuju) terhadap 30 orang konsumen, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Hasil Observasi Konsumen *Body lotion* Nivea Tentang Kualitas Produk

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN			
		SETUJU		TIDAK SETUJU	
		F	%	F	%
1	Produk <i>Body lotion</i> Nivea memiliki kualitas kemasan yang kuat	8	27%	22	73%
2	Produk <i>Body lotion</i> Nivea memiliki kemasan yang unik dan tidak mudah bocor saat berpergian	10	33%	20	67%
3	Produk <i>Body lotion</i> Nivea mencantumkan nilai vitamin dengan jelas	11	37%	19	63%
4	Produk <i>Body lotion</i> Nivea memberikan hasil yang cepat dalam merubah tone kulit yang belang	14	47%	16	53%
5	Produk <i>Body lotion</i> Nivea memiliki tekstur yang cepat meresap	13	43%	17	57%
6	Produk <i>Body lotion</i> Nivea memiliki aroma yang fresh	7	23%	23	77%
Rata - rata		11	33%	19	62%
JUMLAH RESPONDEN		30			

Berdasarkan tabel di atas dari enam pernyataan ternyata ada empat pernyataan yang berkaitan dengan kualitas produk karena skor dari masing –

masing pertanyaan di atas rata – rata, dapat diasumsikan bahwa konsumen menyetujui kualitas produk *Body lotion* sebagai bahan pertimbangan. Sedangkan pernyataan tidak setuju terdapat dua pernyataan yang dibawah rata – rata.

Berkaitan dengan kualitas produk, penulis juga melakukan observasi awal tentang pernyataan konsumen terhadap harga produk *Body lotion* nivea hasil observasi dengan jumlah konsumen yang sama hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 4
Hasil Observasi Konsumen *Body lotion* Nivea Tentang Harga Produk

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN			
		SETUJU		TIDAK SETUJU	
		F	%	F	%
1	Harga Produk <i>Body lotion</i> Nivea terjangkau bagi saya	14	47%	16	53%
2	Harga Produk <i>Body lotion</i> Nivea sesuai dengan kualitas produk	9	30%	21	70%
3	Harga produk <i>Body lotion</i> Nivea sesuai dengan manfaat produk	11	37%	19	63%
4	Harga produk <i>Body lotion</i> Nivea lebih murah di bandingkan kompetitor	13	43%	17	57%
Rata - rata		12	39%	18	61%
Jumlah Responden		30			

Dilihat dari hasil observasi awal konsumen *Body lotion* terhadap harga produk ternyata ada dua pernyataan yang di setujui konsumen terhadap harga jual produk, sementara dua pernyataan lain nya di bawah rata – rata artinya tingkat persetujuan konsumen terhadap harga jual hanya mencapai 50% atau

nilai yang sama. Dengan skor rata – rata 39% untuk pernyataan setuju dan 61% tidak setuju.

Selanjutnya hasil observasi awal konsumen *Body lotion* nivea dilihat dari faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan dengan tingkat persetujuan konsumen terhadap keputusan pembelian dengan hasil 66, 7% bahwa ada dua pernyataan menyetujui perlunya pertimbangan terhadap kualitas produk dan harga dalam suatu keputusan pembelian produk dengan skor rata – rata 30% sedangkan pernyataan tidak setuju mencapai skor rata – rata 70%.

Tabel 1. 5
Hasil Observasi Konsumen *Body lotion* Nivea Tentang Keputusan Pembelian Konsumen

NO	PERNYATAAN	JAWABAN RESPONDEN			
		SETUJU		TIDAK SETUJU	
		F	%	F	%
1	Membeli <i>Body lotion</i> Nivea sesuai dengan kualitas produk yang baik	9	30%	21	70%
2	Membeli <i>Body lotion</i> Nivea karena harga yang terjangkau dan lebih murah dibandingkan kompetitor	11	37%	19	63%
3	Membeli <i>Body lotion</i> Nivea karena mendapat rekomendasi dari orang lain	7	23%	23	77%
Rata – rata		9	30%	21	70%
Jumlah Responden		30			

Berdasarkan uraian diatas, produk *Body lotion* nivea sangat menarik untuk diteliti dipandang dari keterkaitan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebagai suatu fenomena dan kasus yang terjadi dilapangan (Outlet supermarket borma bandung utara). Dengan demikian penulis akan mengajukan

skripsi dengan judul: “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Outlet Nivea di Supermarket Borma Bandung Utara)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Ketatnya Persaingan *Body lotion* pada tahun 2020 sampai 2022, yang mengakibatkan penjualan *Body lotion* nivea mengalami naik turun pada outlet borma Bandung Utara.
2. Kualitas produk *Body lotion* Nivea belum memenuhi kebutuhan yang diharapkan konsumen seperti, tutup kemasannya yang mudah patah, kemasan produk mudah bocor, informasi vitamin dan tekstur pada kemasan kurang jelas, dan tidak adanya tester aroma produk
3. Harga yang ditawarkan belum sesuai dengan kualitas produk yang diharapkan konsumen khususnya pada konsumen kelas Borma Bandung Utara
4. Tidak semua konsumen mendapatkan rekomendasi untuk melakukan pembelian pada Nivea *Body lotion* di Borma Bandung Utara yang berpengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Peneliti membatasi pengkajian masalah penelitian dalam mempertimbangkan konteks permasalahan dan analisis masalah yang telah dilakukan :

1. Variabel dalam penelitian ini meliputi kualitas produk, harga dan keputusan pembelian
2. Kualitas produk dan harga merupakan variabel bebas dan keputusan pembelian merupakan variabel terikat
3. Alat analisis yang di gunakan yaitu Analisis regresi linier berganda, Koefisien korelasi, Koefisien determinasi, Uji Hipotesis
4. Responden pada penelitian ini adalah Konsumen pengguna *body lotion* nivea di outlet nivea supermarket borma Bandung Utara

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk, harga dan keputusan pembelian Produk Nivea *Body lotion* di Outlet Supermarket Borma Bandung Utara?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Nivea *Body lotion* di Outlet Supermarket Borma Bandung Utara?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Nivea *Body lotion* di Outlet Supermarket Borma Bandung Utara?

4. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Produk Nivea *Body lotion* di Outlet Supermarket Borma Bandung Utara?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana manajemen di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. Berikut ini adalah tujuan dari penelitian:

1. Mengetahui, mendeskripsikan, menganalisis kualitas produk, harga dan keputusan pembelian produk Nivea *Body lotion* di Outlet Supermarket Borma Bandung Utara
2. Mengukur pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Nivea *Body lotion* di Outlet Supermarket Borma Bandung Utara
3. Mengukur pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Nivea *Body lotion* di Outlet Supermarket Borma Bandung Utara
4. Mengukur pengaruh kualitas produk, harga dan keputusan pembelian produk Nivea *Body lotion* di Outlet Supermarket Borma Bandung Utara.

1.6 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, saya berharap dapat digunakan secara teoritis dan secara praktis.

A. Kegunaan teoritis

1. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana melalui suatu penelitian ilmiah. Di dalam penelitian ini diharapkan dengan

adanya penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan manajemen pemasaran

2. Sebagai refensi bagi peneliti selanjutnya dalam kajian ruang lingkup penelitian yang sama.

B. Kegunaan praktis

Sebagai sumber informasi untuk perusahaan dan dapat memperhatikan kualitas produk dan harga produk, yang akan berdampak pada keputusan pembelian konsumen.

1.7 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Penelitian dilakukan di Outlet Supermarket Borma Bandung Utara dengan Outlet pertama Jalan Dr. Setiabudi No. 49 dan Outlet kedua di Jalan Grand Hotel, Lembang Kabupaten Bandung Barat. Jadwal penelitian ini akan dilaksanakan mulai dari bulan Januari 2023 sampai Juli 2023. Adapun jadwal penelitian secara tabel :

Tabel 1. 6
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan Penelitian						
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan Judul	■						
2	Pembuatan Bab I		■					
3	Pembuatan Bab II			■				
4	Pembuatan Bab III			■	■			
5	Sidang UP			■	■			
6	Pengolahan Data					■		
7	Pembuatan Bab IV					■	■	
8	Pembuatan Bab V, Lampiran, Abstrak					■	■	■
9	Sidang Akhir						■	■

Sumber: Data di Olah Peneliti