

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi maraknya pertumbuhan dan bisnis di tengah pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat, ternyata berhasil menciptakan persaingan pasar yang semakin ketat. Keadaan ini tentu saja memaksa para pengusaha untuk menggunakan berbagai cara dalam strategi pemasaran mereka. Banyak cara yang mereka lakukan agar usahanya tidak kalah bersaing dengan peluang usaha lainnya, untuk bisa bertahan.

Banyaknya jumlah pesaing yang ada, terjadi karena era globalisasi seperti sekarang ini. Era globalisasi seperti sekarang ini menyebabkan banyak bermunculan produsen-prodesen yang menjual barang-barang yang sejenis, jadi secara otomatis banyaknya produsen akan semakin banyak pula persaingan. Dengan semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan produk yang akan dipilih sesuai dengan harapan pelanggan, Konsekuensi dari hal tersebut adalah konsumen menjadi cermat dan teliti dalam memilih produk,

Munculnya berbagai produsen kosmetik memperketat persaingan industri kosmetik di Indonesia. Keputusan konsumen dalam menentukan atau memilih merek kosmetik tertentu bukanlah hal yang begitu saja terjadi. Banyak pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk misalnya karena pengaruh kualitas yang dimiliki, harga yang ditawarkan perusahaan dalam hal ini, pada umumnya selalu melakukan riset pasar,kegiatan ini adalah sesuatu yang sangat penting dalam dunia bisnis sebab dengan riset pasar akan diketahui apa saja yang diperlukan pasar atau masyarakat dan juga mengetahui pesaing bisnis.

Semakin banyak produsen yang menjual produk-produk kecantikan maka konsumen juga semakin pintar untuk memilih produk yang akan di kenakan ,contoh Beberapa Produk Kosmetik lokal yang unggul antara lain : Pixy, Purbasari Wardah,

Viva, Sariayu, La Tulipe. Dengan munculnya berbagai produk kosmetik yang unggul wardah hadir ditengah-tengah Pesaingnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal kecantikan.

Tabel 1.1 Presentase Pertumbuhan Penjualan Top Brand Index Kategori Kosmetik tahun 2016 – 2017



Sumber data: www.topbrand-award.com

Bedasarkan grafik diatas terlihat bahwa kosmetik Wardah memiliki penjualan yang terus meningkat secara signifikan dibandingkan produk lain seperti produk kosmetik Revlon, produk kosmetik La Tulipe, produk kosmetik Sariayu, produk kosmetik Oriflame dalam kurun waktu 2 tahun terakhir, mereka saling bersaing dalam penjualan dari tahun 2016 ke 2017, Dapat dilihat dari grafik diatas produk wardah mengalami kenaikan dari pertahunnya Hal tersebut menunjukkan pentingnya kualitas produk dimata konsumen. Karena semakin baik kualitas produk maka semakin kuat juga daya tarik nya di mata konsumen untuk mengkomsumsi produk tersebut dan pada akhirnya akan mengarah pada kepuasan konsumen. Wardah kosmetik menghadirkan kosmetika berformula inovatif yang aman, halal, praktis,

bahkan memenuhi kebutuhan dan selera setiap wanita, Wardah telah tersertifikasi halal dari MUI dan produknya aman untuk kulit. Selain menjadi kosmetika halal, wardah juga merupakan salah satu kosmetik yang diformulasikan secara presisi menurut kondisi alami kulit. Itulah sebabnya wardah menjadi pelopor kosmetika muslimah yang recommended sehingga mampu menarik minat beli konsumen. Produk make up wardah telah mengeluarkan 6 produk keunggulan dari wardah diantaranya makeup series beauty event, Wardah acne series, Wardah lightening series, Wardah lipstick, Wardah make up, Wardah skin care, karena terdapat keunggulan dari produk wardah yang telah dikeluarkan oleh wardah memiliki kualitas yang sudah tidak diragukan lagi, sehingga konsumen telah di manjakan oleh produk wardah yang sudah terjamin halalnya dengan memiliki bahan yang aman sehingga tidak memiliki efek samping ketika digunakan.

Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki konsumen, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang menjadi tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan. Selain itu dalam mencapai kepuasan konsumen yaitu Harga. Untuk menghadapi persaingan usaha, perusahaan harus tetap berhati-hati dalam menentukan harga pada suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, menganalisa, dan menjelaskan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Kepuasan Konsumen produk Wardah, dengan harga produk wardah yang terjangkau dan kualitas produk yang baik maka akan menarik Kepuasan Kosumen konsumen Wardah untuk membeli produk Wardah, Pengertian produk dalam jurnal (Rumangkang, 2016) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan, maka dalam kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau dapat menentukan kepuasan Konsumen pada produk Wardah.

Kualitas produk yang ditawarkan oleh wardah memiliki banyak keunggulan dalam memenuhi harapan konsumen, keunggulan kualitas produk wardah yaitu kualitas yang terjamin dari segi kualitas dan keamanannya yang telah terdaftar dalam

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) selain kualitasnya yang terjamin aman wardah juga telah terdaftar dalam produk kosmetik yang halal yang telah di Sah kan oleh MUI. Karena kualitas produk merupakan syarat utama diterimanya suatu produk di pasar. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan konsumen . Berbagai usaha di tempuh perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas, antar lain dengan menerapkan kontrol yang ketat pada setiap proses mulai dari penyiapan bahan baku sampai penyimpanan produk jadi. Sebagian konsumen semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa, produk mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas Produk yang baik dan harga terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu.

Dalam jurnal (Riyono Nmr, 2015), mengemukakan kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:158), menyatakan bahwa konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Maka Kualitas produk mempunyai peranan penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas .

Tabel 1.2 Harga Kosmetik Lipstik 2019

No	Produk Kosmetik Lipstik	Daftar Harga
1	Wardah	Rp. 65.000
2	Purbasari	Rp. 50.000
3	Revlon	Rp.70.000
4	Pixy	Rp.70.000
5	Sariayu	Rp.55.000

Sumber: Harga Pasar

Berdasarkan tabel 1.2 di atas terlihat bahwa kosmetik wardah memiliki harga yang relatif terjangkau untuk kalangan menengah seharga Rp.65.000 ,harga lipstik purbasari memiliki harga Rp.50.000 , Lipstik Revlon Rp.70.000 , Lipstik Pixy Rp.70.000 dan lipstik Sariayu seharga Rp.55.000, sehingga dapat disimpulkan Lipstik kosmetik Wardah memiliki harga yang terjangkau untuk masyarakat menengah dengan harga Rp.65.000 dengan kualitas produk yang baik dan terjamin Halal saat di pakai .

Selain itu harga juga merupakan komponen terpenting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Dalam hal ini wardah sangat berhati-hati dalam menentukan harga dipasaran. Dengan harga yang terjangkau maka banyak masyarakat berminat untuk membeli prodak wardah. Dalam jurnal (Riyono et al., 2015) mendefinisikan harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Dalam teori ekonomi , harga, nilai dan faedah merupakan istilah-istilah yang saling berhubungan. Harga juga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya maka harga mempunyai peranan penting dalam dunia bisnis atas suatu produk karena berpengaruh terhadap keuntungan produsen.

Berdasarkan latar belakang yang ada maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Kosmetik Wardah Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Kosmetik Mulia Pondok Ungu Permai”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas , maka masalah yang diangkat adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan Pembelian konsumen di Pondok Ungu Permai ?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan Pembelian konsumen di Pondok Ungu Permai ?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di Pondok Ungu Permai ?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini di tunjukkan untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas dan agar lebih fokus. Penulisan membuat batasan masalah yang akan di teliti sebagai berikut:

1. Penelitian ini mengkhususkan pada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen produk wardah di Pondok Ungu Permai.
2. Penelitian ini mengkhususkan harga pada kepuasan konsumen produk wardah di Pondok Ungu Permai.
3. Penelitian ini di lakukan pada responden yang datang atau pernah melakukan pembelian pada produk wardah di Pondok Ungu Permai.

1.4 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan dan batasan masalah di atas maka Skripsi ini di susun untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk kosmetik Wardah terhadap kepuasan Konsumen.
2. Untuk mengetahui harga pada produk kosmetik Wardah terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan Konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian baik secara teoritis maupun praktis dan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan yang sebenarnya di lapangan.
2. Bagi Peneliti lebih lanjut, penelitian ini di harapkan mampu memperkuat penelitian sebelumnya.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan, sebagai bahan evaluasi pemilik usaha untu meningkatkan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang baik.
2. Bagi Kalangan akademis dan pembaca, dapat menambah wawasan referensi bagi peneliti selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulis

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai latar belakang masalah, dibahas dalam penulisan ini, maka penulisannya di bagi menjadi 3 Bab. Pembagian tersebut di maksudkan agar dapat dipermudah dalam pemikiran dan pemahaman. Adapun pembagian ke lima bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini menguraikan dan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan mengenai dasar dan teori – teori kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Dilengkapi dengan hasil penelitianterdahulu, serta kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

BAB IV : Analisi Dan Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian menganalisa profil perusahaan, hasil analisi data, pembahasan (diskusi) hasil penelitian.

BAB V : Kesimpulan

Bab ini berisi dua sub bab yang terdiri dari kesimpulan dan implikasi manajerial

