

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan antar perusahaan muncul sebagai akibat dari penambahan dan perkembangan penduduk, serta kebutuhan gaya hidup. Bahkan di Indonesia, bisnis kosmetik global sedang tumbuh pesat. Kemajuan di bidang ekonomi, budaya, dan teknologi telah menyebabkan pergeseran cara hidup masyarakat, sehingga muncul berbagai macam produk perawatan kulit yang kini dianggap kebutuhan oleh kebanyakan orang. Produk perawatan kulit merek MS Glow For Men dari PT. Kosmetika Global Indonesia adalah salah satu yang paling populer di pasaran Indonesia saat ini. Untuk pria Indonesia, MS Glow For Men menawarkan rangkaian produk perawatan kulit. MS Glow adalah perusahaan Indonesia yang memproduksi lini produk perawatan kulit untuk kedua jenis kelamin. Didirikan pada tahun 2013 oleh istri Shandy Purnama Sari, Gilang Widya Pramana, yang memiliki MS Glow For Men. Batch pertama MS Glow For Men dikirim pada bulan Desember tahun 2019. Pada 10 April 2021, MS Glow For Men diluncurkan untuk pertama kalinya. Pembatasan Covid-19 telah mencegah peluncuran spektakuler pada Maret 2020, yang akan terjadi. Produk MS Glow for Men Skincare telah mendapatkan sertifikasi Halal BPOM dan MUI yang artinya aman digunakan.

PT. Kosmetika Global Indonesia merupakan contoh perusahaan yang menghasilkan produk berkualitas tinggi karena dapat memberikan nilai dan efek kepada konsumennya. Kualitas produk adalah sejauh mana suatu produk memenuhi persyaratan yang dinyatakan. Konsumen memperoleh beberapa manfaat dari suatu produk, yang merupakan gagasan, objek, atau proses secara keseluruhan. Untuk menciptakan produk berkualitas tinggi, perusahaan harus mempertimbangkan tidak hanya produk fisik itu sendiri, tetapi juga manfaat dan nilai yang diberikannya kepada pelanggan. Karena itu, perusahaan harus fokus memproduksi barang-barang berkualitas tinggi. Kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar secara langsung berkaitan dengan kemampuannya untuk menghasilkan barang-barang berkualitas tinggi. Varietas produk tersedia berdasarkan permintaan pengguna dan jenis kulit

mereka. Karena setiap orang memiliki tingkat sensitivitas kulit yang berbeda-beda, produk perawatan kulit menjadi pertimbangan yang krusial. Setiap produk perawatan kulit yang digunakan untuk merawat wajah dan kulit akan memiliki efek yang berbeda karena perbedaan sensitivitas individu.

Adalah umum bagi pelanggan untuk mempertimbangkan berbagai faktor sebelum membeli suatu produk, terutama dalam hal kualitas. Ketika sebuah produk kosmetik memiliki kualitas yang tinggi, orang akan lebih cenderung untuk membelinya.

Konsumen di Indonesia memiliki banyak pilihan dalam memilih merek produk kosmetik karena pesatnya pertumbuhan bisnis kosmetik di Indonesia. Sementara seseorang membuat keputusan pembelian, dia secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam upaya individu untuk mendapatkan dan menggunakan produk, dan strategi pemasaran perusahaan juga diperhitungkan ketika membuat keputusan.

Table 1.1 Perbandingan Harga

No	Merk	Menu	Harga
1.	MS Glow For Men	1 Paket Complete Skincare	Rp.450.000
2.	COSRX Pure Fit Cica	1 Paket Complete Skincare	Rp.900.000
3.	Banner	1 Paket Complete Skincare	Rp.480.000
4.	Innisfree Forest	1 Paket Complete Skincare	Rp.550.000

Sumber : Data diolah Penulis, 2022

Dari perbandingan tersebut MS Glow For Men lebih memilih dengan memasang harga yang cukup Murah dibanding yang lain dan di MS Glow For Men mereka lebih memilih menjual nama brand dan kualitas produknya. Para konsumen yang membeli MS Glow For Men adalah konsumen yang direkomendasikan oleh

seseorang dan nama brand itu sendiri sehingga konsumen tertarik untuk membelinya, tidak hanya itu saja konsumen juga membandingkan apakah uang yang di keluarkan olehnya sebanding dengan apa yang konsumen dapatkan.

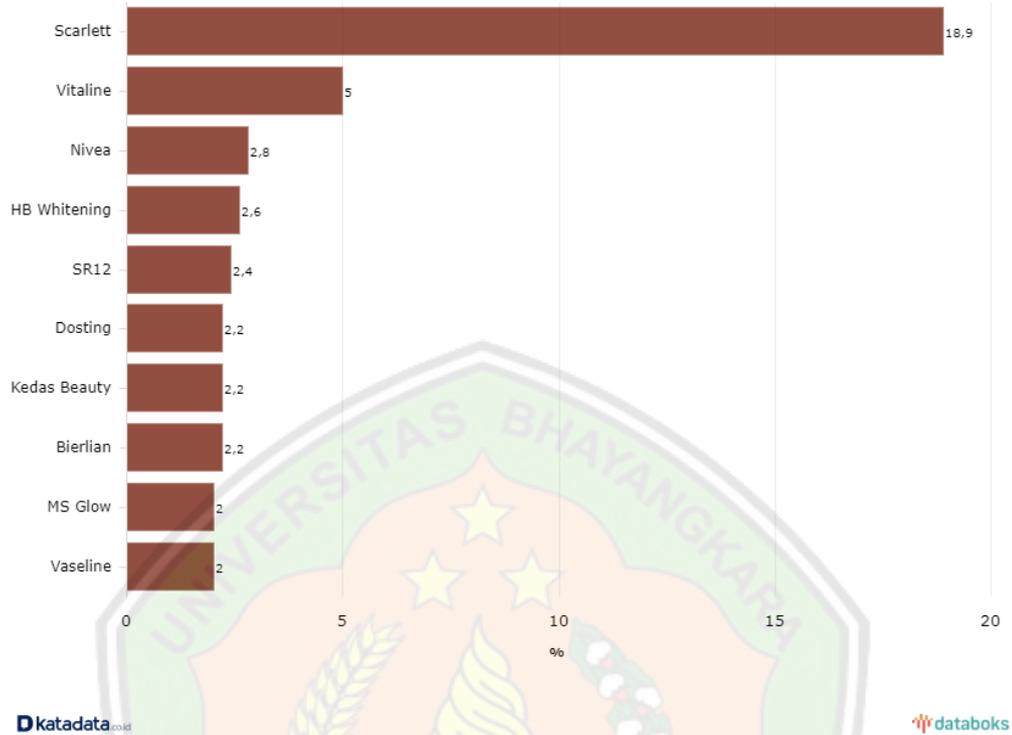
Produk perawatan wajah dari MS Glow lebih unggul ketimbang produk pesaing, sedangkan produk perawatan badan, lebih unggul produk pesaing ketimbang produk MS Glow. Karena awalnya MS Glow paket produk perawatan wajah. <https://futih.com/perbedaan-ms-glow-dan-scarlett-whitening-bagus-mana/>

Harga memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat. Kotler dan Armstrong (2013:151) mendefinisikan istilah “harga” sebagai sejumlah uang yang bersedia dibayar konsumen untuk menuai manfaat dari suatu produk atau jasa. Harga yang dikenakan untuk barang perusahaan mencerminkan kualitas barang perusahaan. Daya beli pelanggan dan harapan mereka terhadap kualitas makanan harus dipertimbangkan saat menetapkan harga.

Harga bukan hanya tanda kualitas produk; itu juga merupakan indikasi berapa banyak uang yang dihabiskan untuk mendapatkan kesenangan dari rasa suatu produk. Untuk mempertahankan citra merek dan kualitas produk, korporasi telah melakukan berbagai inisiatif, termasuk konsistensi dan kekhasan produk, penetapan harga yang kompetitif, dan pemasaran yang terfokus. semakin besar kemungkinan pembeli membuat pilihan pembelian.

Gambar 1. 1 Merek Produk Perawatan Tubuh Terlaris di Indonesia Menurut Pangsa Pasar (Shopee & Tokopedia) Periode Agustus 2021

10 Merek Produk Perawatan Tubuh Terlaris di Indonesia Menurut Pangsa Pasar (Shopee & Tokopedia) (Agustus 2021)



<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05>

Karena meningkatnya waktu yang dihabiskan di rumah karena epidemi, produk perawatan kulit dan kosmetik mengalami peningkatan popularitas. Menurut data Badan Pusat Statistik, pertumbuhan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional, termasuk kosmetik, pada triwulan I-2020 sebesar 5,59 persen (BPS). Pasar kosmetik Indonesia diperkirakan akan meningkat sebesar 7% pada tahun 2021 juga.

Pemakaian skincare *MS. Glow For Men* punya maksud agar membuat kulit wajah menjadi bersih serta sehat. Namun, jika menemukan skincare yang tepat dan cocok memang membutuhkan waktu cukup lama (Sumber : foodsecurity.id)

Ms Glow For Men, oleh PT. Kosmetika Global Indonesia, harus bertujuan untuk memberikan kualitas produk yang terbaik bagi seluruh konsumen agar konsumen puas, dan dapat menumbuhkan kepercayaan untuk terus membeli bahkan

pelanggan menyebarkan berita tentang produk, meningkatkan jumlah orang yang membelinya.

Beberapa penelitian telah meneliti hubungan antara keputusan pembelian pelanggan dan pengembangan citra merek serta kualitas dan harga produk.

Berdasarkan uraian tersebut, skripsi ini berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow For Men di kota Bekasi” karena penulis merasa terdorong untuk mendalami topik ini lebih dalam.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dapat diringkas dengan cara ini :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *MS. Glow For Men*?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *MS. Glow For Men*?
3. Apakah brand image berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *MS. Glow For Men*?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan brand image secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk *MS. Glow For Men*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan studi berdasarkan informasi yang diberikan dalam konteks ini:

1. Memahami bagaimana kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian untuk item perawatan kulit *MS.Glow For Men* melalui observasi, eksperimen, dan pengalaman.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk perawatan kulit *MS.Glow For Men*.
3. Memahami dampak citra merek terhadap keputusan pembelian *MS.Glow For Men*

4. Memahami bagaimana kualitas produk, harga, dan citra merek memengaruhi keputusan pembelian *MS Glow For Men*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa diperoleh dan diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Dengan harapan dapat memperoleh informasi dan pemahaman yang lebih banyak serta mampu mengamalkan teori, maka penelitian ini akan dilakukan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian menunjukkan bahwa *MS.Glow For Men* memiliki dampak besar pada keputusan pembelian karena kualitas, harga, dan citra mereknya.

3. Bagi Akademis

Menambah informasi tentang barang *MS.Glow For Men* akan mendapat manfaat dari penelitian ini, yang meneliti dampak kualitas produk, harga dan citra merek. *MS.Glow For Men*

1.5 Batasan Masalah

Penulis percaya bahwa masalah penelitian harus dibatasi agar lebih fokus sempit, sempurna, dan mendalam. Oleh karena itu penulis membatasi hanya pada atribut produk seperti kualitas, harga, dan persepsi merek saat melakukan pembelian produk. *MS.Glow For Men*.

1.6 Sistematika Penulisan

Pembahasan penelitian skripsi ini dapat diringkas sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang pembahasan mengenai Apa masalahnya? Apa itu? Apa tujuan dari penelitian ini? Apa manfaat dari penelitian ini? Di mana studi ini berlangsung?

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Memberikan gambaran singkat tentang literatur yang mendukung berbagai subjek penelitian dan kerangka teori secara umum.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagaimana melakukan studi dari awal sampai akhir dan bagaimana mengumpulkan dan menganalisis data dengan menggunakan berbagai metodologi dan pendekatan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan temuan analisis data, serta pembahasan temuan tersebut, disajikan pada bagian ini.

BAB V PENUTUP

Penjelasan temuan penelitian, serta implikasi manajerial mereka, disertakan.

