

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi saat ini berkembang dengan pesat, sehingga banyak bermunculan persaingan usaha-usaha baru, khususnya pada perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama. Persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis untuk memiliki keunggulan tersendiri agar dapat memikat konsumen sehingga dapat bersaing di pasar. Kehidupan modern saat ini menawarkan kemudahan dan kepraktisan untuk konsumen agar berpenampilan cantik serta terlihat lebih menarik. Bukan hanya dari cara berpakaian maupun menggunakan aksesoris untuk menunjang kecantikan kaum wanita. Salah satunya adalah memakai produk kecantikan. Pada masa kini perawatan wajah sudah menjadi kebutuhan yang paling utama bagi sebagian masyarakat, dalam beberapa tahun terakhir berbagai produk skincare dari luar negeri dengan mudah ditemukan di Indonesia, perkembangan bisnis skincare pada masa kini sudah berkembang pesat dan di antaranya banyak juga dari merek lokal bersaing di pasaran dengan menawarkan banyak pilihan dalam hal kandungan dengan segala jenis permasalahan pada kulit wajah.

Salah satu brand skincare lokal yaitu Avoskin merupakan brand yang tercipta untuk merawat kulit tanpa kandungan berbahaya yang membuat iritasi. Avoskin selalu memberikan produk terbaik dari bahan-bahan alami. Melalui setiap langkah kecil yang diambil, avoskin berinovasi dan menciptakan produk yang tercipta dari alam. Bergantung pada bahan alami di pulau Jawa dan Bali, avoskin memformulasikan bahan dari alam dan teknologi canggih untuk memberikan hasil yang nyata dan tahan lama. Persaingan bisnis dalam perkembangan di era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan kualitas produk yaitu salah satunya melalui persaingan harga khusus bagi

konsumennya. Keberagaman produk dan macam manfaat yang terus dikembangkan dalam hal kualitas produk oleh pelaku usaha skincare untuk menarik lebih banyak konsumen. Setelah ditelusuri oleh tim Kompas (Ramadhani, 2021) menemukan bahwa brand-brand inilah yang menjadi favorit orang-orang berdasarkan total penjualan mereka:



Gambar 1.1 10 Brand Skincare Lokal Terlaris E-commerce

Sumber : (Ramadhani, 2021)

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh tim internal compas. Pada brand Avoskin sendiri menempati posisi ke-3 dengan jumlah penjualan mencapai 6.6% (Ramadhani, 2021). Berdasarkan Gambar di atas Avoskin cukup tertinggal jauh dengan kompetitornya yaitu Ms Glow dengan jumlah penjualan sebesar 14.7%, MS Glow 7.8%, serta berbeda tipis dengan jumlah penjualan brand lacoco sebesar 6.3%. Jumlah penjualan Avoskin tertinggal jauh dengan kompetitornya dapat diartikan bahwa Avoskin belum sempurna dalam hal menarik minat beli para konsumen, karena kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh avoskin dapat menjadi salah satu pengaruh dalam mengambil keputusan pembelian.

Setiap individu memiliki metode pengambilan keputusan yang nyaris serupa. Meski begitu, terdapat beberapa faktor yang dapat membedakan pengambilan keputusan antar individu, diantaranya adalah usia, karakter, pendapatan, serta gaya hidup. Keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan oleh seorang konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk melalui berbagai organisasi

dan berbagai pertimbangan. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek yang akan dibeli.

Harga dapat menunjukkan kualitas dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Pada umumnya harga memiliki pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas. Selain itu, harga juga merupakan strategi puncak untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Keputusan tentang penetapan harga perlu ditegaskan dengan keputusan tentang produk. Harga merupakan hal penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Dalam hal ini avoskin memberi gambaran bahwa secara bertahap, harga produk mereka semakin hari semakin kompetitif. Jika harga yang diterapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan konsumen pada suatu produk tertentu akan diarahkan pada produk tersebut.

Tabel 1.1 Perbandingan harga produk

No	Produk Toner	Harga
1	MS Glow Toner Glow	Rp. 80.000
2	Scarlett Whitening Brightly Essence Toner	Rp. 75.000
3	Somethinc Glow Maker	Rp. 97.490
4	Avoskin Miraculous Refining Toner	Rp. 176.000
5	Wardah Nature Daily Aloe Hydramild Essence Toner	Rp. 16.625
6	White lab Brightening Face Toner	Rp. 45.900
7	Npure Centella Toner	Rp. 84.900
8	Emina Bright Stuff Face Toner	Rp. 27.500
9	Elshe skin Acne Refresh Toner	Rp. 54.900

10	Everwhite Be Bright Essence Toner	Rp. 72.600
----	-----------------------------------	------------

Sumber : <https://www.shopee.com>

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa toner avoskin memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk lain, yang mengakibatkan banyaknya konsumen yang mengeluh tentang harga pada toner avoskin.

Selain harga hal lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian adalah kualitas produk. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut perusahaan untuk menawarkan produk yang berkualitas dan memiliki nilai tambah yang berbeda dari produk pesaingnya. Masyarakat kini mulai berpikir selektif dan pintar dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Untuk itu perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan.

Berdasarkan beberapa review negative konsumen Avoskin yang dikutip oleh peneliti melalui sumber sociolla.com dapat diketahui bahwa konsumen Avoskin banyak yang mengeluh tentang kualitas produknya. Seperti, saat awal pemakaian kulit menjadi bruntusan, muncul jerawat, dan juga komposisinya mengandung fragrance dan alkohol yang membuat konsumen banyak yang tidak cocok.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan berbagai hasil penelitian sebelumnya, peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang Avoskin dengan beberapa variabel seperti kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Fenomena yang terjadi adalah avoskin memiliki masalah kualitas yang tidak sebanding dengan harga dimana hanya beberapa produk dari avoskin yang bebas digunakan oleh semua jenis kulit dan sebagiannya hanya cocok pada jenis kulit tertentu dan pada saat produk digunakan ke wajah tidak sedikit yang merasakan rasa panas dan kulit kering setelah memakainya, adapula yang mengeluh karna pada toner berbau menyengat, produk berjamur, lalu berbusa saat dipakai. Selain kualitas produknya yang kurang

ada pula juga harga yang bisa terbilang cukup mahal. Oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk segera mencari solusi pada permasalahan tersebut agar segera diatasi , karena dengan terjaminnya kualitas produk maka kepercayaan konsumen akan terjaga, dengan begitu keputusan pembelian konsumen juga akan mengalami peningkatan. Salah satu caranya dengan adanya meningkatkan Kualitas Produk dan harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kecantikan Avoskin.

Dengan latar belakang permasalahan di atas, betapa pentingnya keseimbangan antara kualitas produk dan harga dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan tema “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Avoskin di Bekasi Timur”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Pada Avoskin di Bekasi Timur Margahayu ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Pada Avoskin di Bekasi Timur Margahayu ?
3. Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Pada Avoskin di Bekasi Timur Margahayu ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis sebagai berikut :

1. Untuk menguji adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian Pada Avoskin di Bekasi Timur Margahayu
2. Untuk menguji adanya pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Avoskin di Bekasi Timur Margahayu
3. Untuk menguji adanya pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Pada Avoskin di Bekasi Timur Margahayu

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan penelitian antara lain:

1. Bagi penulis

Dari penelitian ini diharapkan akan menambah ilmu pengetahuan dan penerapannya dalam dunia praktek manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

2. Bagi Akademis

Memberikan beberapa informasi kepada pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan perbandingan bagi penelitian lain sebagai wujud Universitas Bhayangkara Jakarta Raya umumnya Fakultas Ekonomi pada khususnya program studi Manajemen.

3. Bagi Pengusaha di bidang kecantikan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi Pengusaha di bidang kecantikan dalam menetapkan kualitas produk dan harga yang pas untuk meningkatkan meningkatkan keputusan pembelian

1.5 Batasan Masalah

Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis memberikan batasan masalah pada bab pembahasan tentang “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengikut Media Sosial Instagram Avoskin di Bekasi Timur”, sehingga apa yang diuraikan pada penelitian tidak akan menyimpang dari permasalahan yang diidentifikasi. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei sampai Juli 2022.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan ini dibagi menjadi beberapa bagian dan disusun dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian batasan masalah, dan sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai landasan teori dan konsep-konsep tentang kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian. Serta membahas tentang review penelitian terdahulu

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang masalah objek penelitian yang berkaitan dengan tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, dan teknik pengelolaan data.

