

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman yang ada, maka semakin banyak merek-merek yang menghasilkan produk yang sama. Dengan banyaknya merek yang ada dapat menyebabkan konsumen berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Maka dari itu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan oleh konsumen. Sehingga perusahaan tidak hanya memberi janji kepada konsumen, hal itu akan membuat konsumen semakin berharap dengan apa yang dijanjikan oleh suatu perusahaan dan jika keinginan konsumen tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan maka konsumen akan merasa kecewa dan akan beralih ke merek lain¹.

Kebutuhan manusia akan berbagai macam produk semakin meningkat. Manusia saat ini tidak hanya membutuhkan produk yang sekedar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga yang dapat memuaskan dirinya sendiri. Tuntutan manusia akan berbagai macam produk yang terus meningkat menyebabkan berbagai macam industri yang ada saling berlomba, bersaing dengan ketat, dan terus menghasilkan serta meningkatkan produk-produk yang unggul.

Salah satu industri yang ada di Indonesia yaitu industri kecantikan. Saat ini banyak masyarakat khususnya para wanita yang ingin tetap terlihat cantik dengan kulit bersih, lembut, dan putih walaupun dengan

¹Ditha Budi Andini “ *pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk citra handbody lotion*”(Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas muham madiya surakarta, 2017),hlm1

berbagai kegiatan yang padat. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan *hand and body lotion* yang sesuai dengan tipe kulit para konsumen serta merek yang sudah terpercaya.²

Munculnya berbagai macam merek *hand and body lotion* di pasaran menyebabkan produsen saling bersaing dengan ketat. Kondisi persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan harus mampu bertahan dan terus berkembang, dengan cara salah satunya melalui peningkatan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek produk perusahaan. Persaingan ketat ini juga membuat perusahaan menciptakan keunggulan bersaing dengan memberikan kualitas terhadap produk-produk yang sudah ada dan bahkan menciptakan produk baru.

Konsumen juga melihat dari segi kualitas produk dan harga sebagai salah satu bahan pertimbangan yang penting ketika ingin membeli suatu produk. Dimana kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan yang pada gilirannya berpengaruh kepada kepuasan pelanggan. Begitu juga dengan harga, tinggi rendahnya harga.³ Untuk mampu bersaing dan memuaskan konsumen tentunya suatu produk harus mempunyai keunggulan kompetitif dibandingkan dengan produk pesaing serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

²Merry Yana Sari “Pengaruh Kepercayaan Merek Pada Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Hand and Body Lotion Vaseline Healthy Whitening Solution di Bandar Lampung” (Skripsi Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas lampung2017), hlm.3

³R Puspaningtyas“ pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pada Vaseline Hand & Body Lotion Survey Di Griya UjungBerung. (Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2017), hlm 5

Salah satu pangsa pasar potensial yang membeli dan menggunakan cosmetic dan perawatan tubuh adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Dimana saat ini cosmetic yang beredar di pasar sangat beragam salah satunya adalah Wardah Cosmetics, Inez, Make Over, Purbasari, Citra Handbody, Marina Handbody, Karena banyaknya cosmetic yang beredar di pasar, hal ini menjadi masalah yang dihadapi oleh mahasiswa, yaitu bagaimana memilih cosmetic yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Disisi lain konsumen memiliki penilaian dan harapan sendiri terhadap kosmetik yang mereka gunakan. Konsumen juga melihat dari segi kualitas produk dan harga sebagai salah satu bahan pertimbangan yang penting ketika ingin membeli suatu produk. Dimana kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan yang pada gilirannya berpengaruh kepada kepuasan pelanggan. Begitu juga dengan harga, tinggi rendahnya harga. Harga merupakan salah satu variabel dalam pemasaran yang *fleksibel* dan dapat dimainkan dibanding dengan variabel pemasaran lainnya. Suatu harga dapat menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan pembelian terhadap produk.

Maka dari itu perusahaan dapat memberikan kebijakan dalam menentukan harga. Pihak perusahaan kosmetik dituntut untuk jeli dalam menggali informasi mengenai preferensi konsumen dan mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Dalam hal ini dapat dilihat dari data penjualan *handbody vasline*. Berikut data penjualan:

Tabel 1.1
Data Penjualan Vaseline *Hand And Body Lotion* Tahun 2011 – 2015

Tahun	Jumlah Botol	Rupiah (Rp)	Peresentasi Peningkatan / Penurunan
2011	26054	207,172,044	-
2012	130771	1,160,097,156	1,22%
2013	84931	735,722,803	1,26%
2014	103744	921,207,630	1,25%
2015	73854	602,125,149	2,91%

Sumber :Pt. Unilever Indonesia Tbk

Berdasarkan data penjualan *hand and body lotion* Vaseline di Lihat dari setiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Vaseline dari tahun ke tahun terus melakukan pembaharuan terhadap produk-produk baru dan yang sudah ada dalam mempertahankan tingkat kepercayaan konsumen. Kenaikan persentase penjualan yang sangat signifikan mengakibatkan peningkatan loyalitas konsumen terhadap merek Vaseline.

Dapat dilihat dari data penjualan begitu pula dengan pesatnya persaingan pada produk *handbody lotion*. Pada dasarnya produk ini diciptakan untuk memenuhi kebutuhan para kaum wanita sebagai produk kecantikan guna perawatan dan kecantikan kulit. Saat ini, banyak perusahaan yang menciptakan berbagai macam produk *handbody lotion* dengan kualitas yang berbeda-beda. Perusahaan-perusahaan *handbody lotion* terus melakukan pemasaran agar produk yang dihasilkan mampu menarik perhatian konsumen. Salah satu strategi yang dikembangkan perusahaan adalah menjaga

konsistensi mutu dan kualitas produk. Strategi tersebut dilakukan untuk menjaga citra merek dalam persepsi konsumen⁴. Untuk mempertahankan citra positif dalam diri konsumen *Vaseline Hand and Body Lotion* terus mempertahankan standar mutu dan kualitas yang mereka miliki, serta melakukan proses inovasi dan pengembangan produk untuk penyempurnaan produk.

Masalah yang dihadapi oleh Vaseline adalah tingginya tingkat persaingan dalam kategori *hand and body lotion* yang menandakan bahwa konsumen dalam kategori ini sangat potensial. Namun, disisi lain produsen dituntut untuk semakin cermat dalam membaca kebutuhan dan keinginan konsumen.

Keputusan Pembelian konsumen terhadap merek Vaseline dapat terwujud jika kualitas produk dan harga yang ditawarkan sangat baik. Produk *Vaseline handbody lotion* memiliki harga yang sesuai dengan produknya, harga yang ditawarkan juga mampu bersaing dengan produk-produk lain sehingga membuat konsumen dengan senang memilih untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk *Vaseline handbody lotion*.

Penelitian ini dilakukan menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek memiliki hubungan yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sehingga dari uraian penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

⁴Nilia Kasuma Dewi, Gus Andri, dan Yonaldi, "pengaruh iklan, citra merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan vaseline hand and body lotion di kota padang" *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 3, No2, Mei 2012

Maka dari latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian mengenai“ **Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Handbody Vaseline* yang di Mediasi oleh Harga pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Citra merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Handbody Vaseline* pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?
2. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Handbody Vaseline* pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk *Handbody Vaseline* pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?
4. Apakah Citra merek berpengaruh terhadap Harga pada Produk *Handbody Vaseline* pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?
5. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap Harga pada Produk *Handbody Vaseline* pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?
6. Apakah Citra merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handbody Vaseline* yang di mediasi oleh Harga pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?

7. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handbody Vaseline* yang di mediasi oleh Harga pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam skripsi ini penulis membatasinya pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut yaitu yang dibahas dalam penelitian ini hanya citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui harga.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Citra merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Handbody Vaseline* pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
2. Untuk mengetahui Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Handbody Vaseline* pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
3. Untuk mengetahui Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *Hanbody Vaseline* pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang
4. Untuk mengetahui Citra merek berpengaruh terhadap Harga pada Produk *Handbody Vaseline* pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.
5. Untuk mengetahui Kualitas Produk berpengaruh terhadap Harga Produk *Hanbody Vaseline* pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

6. Untuk mengetahui Citra merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handbody Vaseline* yang di mediasi oleh Harga pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang
7. Untuk mengetahui Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handbody Vaseline* yang di mediasi oleh Harga pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pemasaran terutama tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penulis juga dapat menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan pada Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang Selain itu diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur dan rujukan penelitian yang akandatang.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membrikan manfaat bagi beberapa pihak diantaranya adalah perusahaan, pemerintah dan konsumen.

- a. Hasil dari penelitian ini akan memberikan masukan bagi perusahaan tentang faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Faktor yang mempunyai pengaruh signifikan dapat

menjadi bahan acuan bagi perusahaan untuk menentukan strateginya dalam menghadapi persaingan yang ketat.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah untuk merumuskan kebijakan yang mendorong perkembangan industri agar dapat terus berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi.
- c. Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran dan tambahan pertimbangan bagi konsumen tentang hal yang perlu diperhatikan sebelum mereka membeli suatu produk. Dengan begitu diharapkan konsumen menjadi lebih cerdas dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini, disusun sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab dengan kriteria sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

bab ini berisi dengan latar belakang permasalahan, permasalahan dan rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

bagian ini mengkaji teori yang digunakan dalam penelitian untuk mengembangkan hipotesis dan menjelaskan fenomena hasil penelitian sebelumnya. Dengan menggunakan teori yang telah dikaji dan juga penelitian-penelitian sebelumnya, hipotesis-hipotesis yang ada dapat dikembangkan.

BAB III METODE PENELITIAN

bab ini menjelaskan setting penelitian, desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, instrumen penelitian (uji validitas dan reliabilitas), dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

bab ini terdiri dari: gambaran umum obyek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, analisis data (d disesuaikan dengan teknik analisis yang digunakan), hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN

bab ini terdiri dari: simpulan yang menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian. Simpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Implikasi dari penelitian yang menunjukkan kemungkinan penerapannya. Kelebihan dan kekurangan. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.