

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, penampilan sangatlah penting, seperti halnya Perempuan tidak lepas dari penggunaan kosmetik disetiap harinya. Penyebaran kosmetik sendiri cukup pesat di Indonesia, salah satunya remaja saat ini menganggap bahwa kosmetik sudah menjadi kebutuhan pokok. Adanya perubahan dari gaya hidup remaja yang juga mencontoh perubahan gaya hidup di kota besar, sehingga membuat kosmetik sulit dilepaskan dari kehidupan sehari-hari. Saat ini telah banyak beredar berbagai kosmetik yang berasal dari perusahaan lokal dan luar negeri, hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat (Wulandari dan Iskandar, 2018).

Kebutuhan kosmetik telah menjadi kebutuhan primer dikalangan Masyarakat terutama kaum Perempuan. Kosmetik adalah salah satu kebutuhan kaum Wanita dalam menunjang penampilan mereka agar tampil cantik dan menarik. Perkembangan industri kosmetik di Indonesia dengan berbagai macam merek yang digunakan oleh Perusahaan menjadikan isu merek ini sangat strategis di karenakan dapat menjadi sarana bagi Perusahaan untuk mengembangkan dan meningkatkan penjualan.

Diantara sekian banyak jenis alat make up yang ada, salah satu yang paling sering digunakan oleh Wanita adalah lipstik, karena lipstik terbilang jenis alat make up yang mudah diterapkan dibandingkan dengan alat yang lainnya, dan lipstik juga biasa menjadi pilihan alat *makeup* yang terbaik disaat terburu-buru. Selain itu,

lipstik juga dapat membantu mencerahkan wajah agar terlihat segar bahkan tidak menggunakan riasan lain sekalipun, lipstik akan memberi tampilan lebih bersinar.

Lipstik merupakan salah satu peralatan kecantikan yang selalu identik dengan dunia Wanita khususnya remaja. Salah satu produk atau brand lokal lipstik yang di katakan baru akan tetapi terkenal dan menjadi salah satu produk yang digemari remaja adalah lipstik dari Implora, objek yang ingin di bahas pada penelitian ini adalah produk kecantikan merek Implora.

Lipstik Implora *lipcream* adalah salah satu produk kosmetik local yang semakin populer di Indonesia yang yang diproduksi dari PT Implora Sukses Abadi. Produk ini dikenal karena kualitasnya yang baik dengan harga yang terjangkau. Meskipun begitu, kita tidak perlu khawatir karena seluruh produknya dari PT.Implora Sukses Abadi telah mendapatkan sertifikat BPOM. Mahasiswa dikala memilih kosmetik kebanyakan lebih berminat dengan produk yang mudah dijangkau harganya dengan biaya yang ekonomis.

Persaingan dalam bisnis saat ini semakin ketat, mendorong Perusahaan yang ada di dunia berinovasi menciptakan suatu produk yang dapat menarik minat konsumen. Implora juga menawarkan produk lain tidak hanya lipstik , yaitu parfum , pensil alis, bedak, dan beragam barang jenis lainnya, produk tersebut telah banyak digunakan oleh Wanita karena ketersediaannya yang mudah ditemukan. Hal tersebut dapat membantu meminimalisir masalah disetiap harinya, karena cantik dan wangi tidak harus mahal.

Lipstik Implora *lipcream* dikenal harga yang ekonomis dan terjangkau

dikalangan mahasiswa, oleh karena itu seringkali Masyarakat meragukan kualitas dari produk tersebut yang menyebabkan turunnya kepercayaan konsumen terhadap lipstik implora.

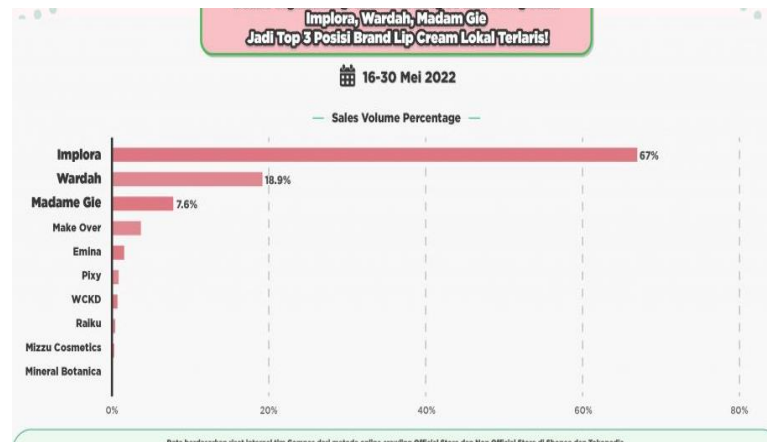
Berdasarkan laporan dari Asosiasi Kosmetik Indonesia (Perkomi), pasar kosmetik di Indonesia terus mengalami pertumbuhan pesat, terutama disegmen lipstik cair. Pada tahun 2023, segmen ini mencatat peningkatan penjualan sebesar 15% dibandingkan tahun sebelumnya. Implora Lipcream termasuk dalam kategori lipstik cair yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ini.

Dari ulasan diberbagai platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia, implora mendapat rating tinggi 4.5 dari 5 bintang. Konsumen banyak memuji pigmentasi warna yang kuat dan tekstur yang nyaman dibibir. Beberapa konsumen juga membandingkan kualitas produk ini dengan merek internasional yang lebih mahal, namun dengan harga yang jauh lebih terjangkau.

Ada satu fenomena menarik dalam perkembangan industry kosmetik di Indonesia berkaitan dengan minat konsumen terhadap produk kosmetik tersebut, yaitu fenomena minat konsumen yang tinggi terhadap produk lipstik implora *lipcream*. Pada tahun 2022 penjualan lipcream implora menduduki peringkat no 1 di shopee dan Tokopedia. Berikut penjualan produk lipstik implora *lipcream* terlaris di Shopee dan Tokopedia tahun 2022 :

Gambar 1.1

Penjualan Lipcream Brand Terlaris di Shopee dan Tokopedia Tahun 2022



Sumber : <https://article/10-top-brand-lip-cream-lokal-terlaris-implora> diakses pada tanggal 20 januari 2024

Berdasarkan gambar 1.1 mengenai top 1 brand lokal *lipcream* terlaris didapatkan sebelas brand yaitu implora 67% responden, wardah 18,9% responden, Madamie Gie 7,6% responden, Make over 5% responden dan yang lainnya kurang dari 5% Dari data tersebut, meskipun lipcream implora tergolong sebagai lokal brand baru dalam industri kosmetika di Indonesia namun produk *lipcream* implora ini berhasil mengambil hati konsumennya dengan berhasil menduduki 1 peringkat besar bahkan mampu mengalahkan Wardah yang lebih lama berada di industri kosmetika. Mempertahankan eksistensinya Lipcream implora terus menciptakan inovasi baruterkait dengan warna-warna yang menarik.

Hal ini menunjukkan bahwa *lipcrem* implora ini memiliki kualitas produk yang baik dan banyak diminati oleh konsumen pasar. Jika melihat kualitas *lipcream* implora di pandang dari harga sangat terjangkau untuk anak remaja terutama anak

kuliah dengan kualitas yang di berikan oleh produknya. Beberapa *lipcream* implora ini *lipcream* dengan formula lembut, mengandung vitamin E yang berfungsi sebagai antioxidant sehingga dapat membantu menjaga kelembaban alami bibir hingga tampak memukau.

Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus di perhatikan oleh setiap Perusahaan jika ingin bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:92) Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang di inginkan pelanggan. Oleh karena itu, Perusahaan berusaha fokus pada kualitas produk yang dimiliki.

Dalam penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sri Mulyati, Umban Adi Jaya (2020) yang berjudul Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian HP iPhone, Hasil penelitian menemukan bahwa secara parsial dan simultan variabel Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian. Responden memandang kinerja HP merek iPhone sangat baik, harga telah sesuai dengan kualitas dan manfaat yang di berikan.

Kualitas produk juga berhubungan dengan merek. Hal ini dikarenakan konsumen akan membeli suatu produk berdasarkan kualitas yang di tawarkan dari satu brand tertentu. Merek sesungguhnya adalah cerminan dari janji yang diucapkan produsen terhadap konsumen atas kualitas produk yang dihasilkan. Merek terbukti dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Perusahaan kosmetik harus mampu berinovasi melihat begitu ketatnya persaingan di industri

kosmetik. Agar dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada produknya, banyak cara yang tempuh oleh perusahaan yaitu dengan menghadirkan keunikan produk, meningkatkan kualitas, dan unsur penting yang lainnya yang dijadikan konsumen sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian, sehingga perusahaan berlomba-lomba menciptakan produk dengan harga murah.

Harga merupakan hal yang sangat penting di perhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang di tawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama. Dalam penelitian ini harga didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam menilai suatu barang dengan satuan alat ukur rupiah untuk dapat membeli produk yang di tawarkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:324), harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 181) Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor pendapatan, harga dan manfaat produk yang diharapkan. Oleh sebab itu pelaku usaha harus mempunyai keunggulan tertentu dibandingkan dengan pesaingnya sehingga dapat menarik konsumen untuk sekedar mencoba kemudian mengambil Keputusan untuk membeli (Susanto, 2017).

Dalam penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Shabrina Dea Ikhtiasari, Suwitho Suwitho/2019 tentang Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan RICHESSE Factory Hasil penelitian tersebut menyatakan Variabel harga, berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

pada restoran makanan siap saji Richesse Factory Di rungkut Madya Surabaya.

Perusahaan harus peka terhadap apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Umumnya pemasaran di pandang sebagai tugas menciptakan, mengenalkan dan menyerahkan barang dan jasa ke konsumen saja. Akan tetapi tujuan pemasaran bukan hanya sebatas itu saja, namun tujuan pemasaran juga untuk memperluas penjualan hingga ke berbagai pasar, tetapi juga untuk mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa, sehingga produk dan jasa yang di tawarkan cocok dengan selera pelanggan. Tidak bisa dipungkiri bahwa harga jual lipstik implora *lipcream* terkesan sangat terjangkau, sehingga menarik minat konsumen karena melihat aspek tersebut. Keputusan pembelian merupakan Tindakan yang diambil oleh konsumen untuk membeli produk tertentu setelah menerima rangsangan pembelian.

Berdasarkan fenomena dan pemaparan teori yang terkait, maka peneliti tertarik meneliti dengan judul” **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Implora Lipcream (Studi Kasus Pada Mahasiswa D3 STIA AMUNTAI)**”

B. Batasan Masalah

Agar mempermudah pemecahan masalah yang di hadapi penulis, maka perlu dibuat pembatasan masalah yaitu : Pengaruh Kualias Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Lipstik Implora *Lipcream* Studi Kasus Pada Mahasiswa D3 STIA

Amuntai.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan Batasan masalah diatas maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian lipstik implora *lipcream* Studi Kasus Pada Mahasiswa D3 Stia Amuntai ?
2. Apakah harga secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik implora *lipcream* Studi Kasus Pada Mahasiswa D3 STIA Amuntai?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik implora *lipcream* Studi Kasus Pada Mahasiswa D3 STIA Amuntai?

D. Tujuan Pnelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik implora *lipcream* Studi Kasus Pada Mahasiswa D3 STIA Amuntai.
2. Untuk mengetahui apakah harga secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik implora *lipcream* Studi Kasus Pada Mahasiswa D3 STIA Amuntai.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik implora *lipcream*

Studi Kasus Pada Mahasiswa D3 STIA Amuntai.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa yang dapat digunakan sebagai informasi dan sumber ilmu pengetahuan yang bisa dipergunakan untuk referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan untuk mengimplementasikan dan mendalami lebih lanjut ilmu manajemen di bidang pemasaran dan dapat menambah pengetahuan maupun wawasan terkait dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian lipstik implora *lipcream* studi kasus Pada Mahasiswa D3 STIA Amuntai.