

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Perkembangan kosmetik di Indonesia mengalami kemajuan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya produk kosmetik baik impor maupun dalam negeri. Banyaknya merek yang tersedia memungkinkan konsumen berpindah dari merek yang satu ke merek yang lain. Setiap perusahaan berupaya mengembangkan konsep pemasaran yang dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Salah satu tujuan setiap perusahaan adalah memperoleh pangsa pasar dan menjangkau konsumen. Hal ini menimbulkan tantangan bagi semua bisnis, karena pelanggan kini merasakan beragam pilihan produk, merek, harga, dan pemasok.

Konsumen melakukan pembelian untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Karakteristik konsumen mempengaruhi perilaku pembelian konsumen dan oleh karena itu produk dan jasa mana yang dibeli. Sebelum pembelian dilakukan, konsumen memutuskan apakah akan membeli atau tidak. Keputusan pembelian merupakan tahap dimana konsumen mempertimbangkan beberapa faktor dan alasan dalam memutuskan pembelian suatu produk atau jasa tertentu (Chifman & Kanuk, 2013: 48). Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual tambahan yang tidak dimiliki produk pesaing. Oleh karena itu, perusahaan berupaya untuk fokus pada kualitas produknya dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan pesaing.

Namun produk dengan tampilan terbaik, atau bahkan produk dengan tampilan terbaik, bukanlah produk dengan kualitas terbaik jika tampilannya tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Selain kualitas produk, persepsi harga juga menjadi faktor terpenting yang menentukan keunggulan bersaing. Dalam menjual produk, para pelaku bisnis juga memperhatikan harga dan kualitas produk, sehingga harus memperhatikan dengan baik dalam menentukan harga yang sesuai. Sepertinya banyak merek kosmetik kini menawarkan losion tangan dan tubuh, sehingga menciptakan persaingan yang cukup ketat. Agar tetap kompetitif, perusahaan perlu menyadari karakteristik konsumen dan memahami proses pengambilan keputusan saat membeli produk.

Pakpahan (2016: 191) Periklanan merupakan bagian dari bauran pemasaran yang bertujuan untuk mengkomunikasikan kepada pelanggan bahwa produk yang tepat tersedia dengan harga yang tepat di tempat yang tepat. Citra Hand and Body Lotion merupakan salah satu dari merek kosmetik yang populer di kalangan konsumen Indonesia hal ini mencakup pengembangan inovasi untuk menjaga kualitas produk dan menawarkan harga yang kompetitif untuk bersaing dengan kompetitor serta mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Unilever Indonesia juga gencar mempromosikan produk kecantikan merek Citra Hand and Body Lotion di berbagai media termasuk melalui iklan TV yang sangat digemari masyarakat.

Tabel 1.1
Top Brand Hand and Body Lotion di Indonesia

Merek	Top Brand Indeks	TOP
Citra	50,1%	TOP
Marina	17,0%	TOP
Vaseline	13,4%	TOP
Viva	5,5%	
Nivea	3,3%	

Sumber : Top Brand Index 2017 Fase 1

Dari tabel 1.1 terlihat Citra dengan TBI 50.1 pada peringkat pertama, Marina pada peringkat kedua dengan TBI 17.0, Vaseline pada peringkat ketiga dengan TBI 13.4, Viva pada peringkat keempat dengan TBI. TBI 5,5%, Nivea di posisi terakhir dengan TBI 3,3%. Dikenal sebagai merek kecantikan dengan bahan-bahan alami dan warisan budaya Indonesia yang kuat, Citra telah beredar di Indonesia selama lebih dari 20 tahun. Produk Citra telah menjadi yang terdepan untuk produk body oil lainnya di posisinya. Untuk meningkatkan posisi produk Citra di masa depan, PT. Unilever Indonesia Tbk menerapkan beberapa strategi pemasaran yang sesuai dengan keadaannya, yaitu dengan menyiapkan bauran pemasaran yang lebih baik. Berdasarkan hal di atas, penulis fokus meneliti judul tersebut.

Berdasarkan keterangan yang di paparkan diatas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Merek Citra Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional Tahun 2022”**

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang bermasalah penulis menetapkan permasalahannya yaitu pada pengaruh keputusan pembelian, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan solusi atas masalah tersebut dengan mengajukan beberapa pertanyaan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian Hand & Body Lotion Citra di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nasional pada tahun 2022?
2. Apakah persepsi harga memengaruhi keputusan pembelian Hand & Body Lotion Citra di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nasional pada tahun 2022?
3. Apakah promosi memengaruhi keputusan pembelian Hand & Body Lotion Citra di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nasional pada tahun 2022?

1.2 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis dampak kualitas produk terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Citra di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional pada tahun 2022.
2. Menganalisis dampak persepsi harga terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Citra di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional pada tahun 2022.
3. Menganalisis dampak promosi terhadap keputusan pembelian hand and body lotion Citra di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional pada tahun 2022.

Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi sarana untuk memberikan masukan berupa saran-saran atau bahan pertimbangan, yang dapat dijadikan pedoman oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk-produknya. Hal ini bertujuan untuk membantu perusahaan mencapai keputusan pembelian konsumen sesuai dengan harapan.

b. Bagi Penulis

Untuk menerapkan ilmu yang diperoleh saat perkuliahan. Melatih untuk menganalisis suatu permasalahan dengan mencari penyelesaiannya.

c. Bagi Almamater

Diharapkan penelitian ini dapat memperluas wawasan dan menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa depan.

