

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Industry kosmetik menjadi salah satu industry yang memiliki perkembangan pesat dari tahun ke tahun. Kemajuan dalam bidang ekonomi, sosial budaya dan teknologi membawa perubahan terhadap gaya hidup seseorang, mulai dari fashion dan perawatan kulit, sehingga muncul berbagai produk perawatan kecantikan yang merupakan kebutuhan dasar utamanya kaum Wanita, perkembangan pada bidaang tersebut menciptakan persaingan didunia usaha perawatan kecantikan atau kosmetik. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya produk kosmetik dari berbagai merk, yang bermunculan dipasaran, baik impor maupun lokal merk, sehingga perusahaan kosmetik harus terus meningkatkan inoasinya dalam memenuhi kebutuhan, atau keinginan konsumen agar mampu bertahan ditengah persaingan. Produk perawatan tubuh ini meliputi perawatan dari ujung rambut hingga ujung kaki, produk yang ditawarkan pun bervariasi mulai dari sabun mandi, shampoo, hingga body lotion. Tentu hal tersebut menjadi salah satu andalan perusahaan dibidang kosmetik dan kecantikan dengan inovasi produk yang berbagai macam. Produk ini cukup banyak ditawarkan oleh berbagai brand kosmetik dan kecantikan kepada para konsumen terutama, konsumen Wanita.

produk kecantikan ini semakin beragam baik dari segi jenis produk atau merk yang tersedia, meningkatnya permintaan dari Wanita, khususnya dalam kategori produk. perawatan kulit ini menjadi salah satu pendorong utama untuk meningkatkan pasar industri kecantikan, wajar saja hal tersebut bisa menjadi salah satu meningkatnya perusahaan dibidang kosmetik sebagai hasil kemajuan produk yang berbeda, ada berbagai perusahaan yang menyediakan berbagai variasi produk yang sama, mulai dari generic hingga bermerk. Ada banyak sekali nama produk yang tersedia dan banyak beredar dipasaran, salah satunya adalah "scarlet whitening".

Scarlet Whitening adalah koleksi perawatan kulit dan tubuh meliputi perawatan wajah, perawatan tubuh dan perawatan rambut. banyak selebriti yang menggunakan produk perawatan kulit ini, yang secara aktif didorong di media sosial.

Scarlet whitening juga menggunakan strategi pemasaran untuk mempromosikan produk. Upaya tersebut dilakukan untuk memasuki berbagai media melalui berbagai saluran, atau untuk mempromosikan produk di beberapa media. dalam banyak kasus, promosi program khususnya periklanan Sangat memerlukan sejumlah uang yang sangat besar, ini bukan masalah bagi scarlet whitening, karena pemasar bertanggungjawab untuk membangun merk untuk

mempertahankan para pelanggannya. Saat ini iklan untuk semua produk scarlet whitening dapat ditemukan di media elektronik, seperti facebook, Instagram, dan tiktok. Akibatnya, produk scarlet whitening mungkin dapat mempertahankan posisi kepemimpinannya dalam bisnis untuk beberapa waktu.

Dibidang bisnis kualitas produk dapat menarik minat pelanggan dengan sendirinya. Scarlet whitening, misalnya, memastikan integritas produknya di seluruh rantai distribusi dengan menggunakan kemasan yang melindunginya. Scarlet whitening biasanya menggunakan berbagai bahan, termasuk plastic dan kaca.

Selain menjaga kualitas produk. Scarlet whitening bisa dibidang harga terbaik dengan harga termurah. Anahnya produk scarlet whitening dengan harga terendah masi dianggap berkualitas tinggi. Karena Harga sebagai pertimbangan dalam melakukan pembelian, karena konsumen tentunya mengharapkan uang yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang didapatkan dengan kualitas produk yang dibeli sehingga adanya kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk walaupun produk itu dapat dikatakan mahal. Harga merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen.

Tetapi sebelum melakukan pembelian, konsumen mencari informasi yang berhubungan dengan produk yang akan di beli dan utamanya konsumen akan memperhatikan kualitas produk yang akan mereka beli, semakin baik kualitas suatu produk kecantikan maka kecenderungan konsumen membeli produk tersebut juga meningkat. Keputusan pembelian adalah pemilihan daridua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut untuk dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga pelaku usaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen diantaranya adalah faktor kualitas produk dan harga. Scarlett Whitening merupakan salah satu produk perawatan tubuh yang memiliki banyak lini produk seperti, Face Care, Bodi Care, dan Hair Care, saat ini produk skincare tersebut sedang banyak digunakan oleh Publik Figur dan dipromosikan secara pasif melalui media sosial. Berikut kualitas produk Scarlett Whitening yaitu :

1. Scarlett Body Lotion, memiliki kandungan F fragrance Brightening Body Lotion yang dapat mencerahkan kulit tubuh dengan cepat.
2. Scarlet Body Scrub, memiliki kandungan Gluthatione, Vitamin E dan Biliran scrub halus yang bagus untuk meregenerasi dan melembabkan sarta mencerahkan kulit.

3. Scarlett Shower Scrub, Dibuat dengan kandungan Gluthatione, Vitamin E dan buliran scrub halus yang bagus untuk meregenerasi dan melembabkan serta mencerahkan kulit scarlett punya beragam jenis dan dengan kandungan dan kualitas yang beragam sesuai dengan peruntukannya. Keberhasilan perusahaan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, selain itu dengan meningkatkan kualitas produk kepada konsumen dan melakukan inovasi harga yang kompetitif hal ini dikarenakan keputusan pembelian menjadi suatu acuan perusahaan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Selain itu, banyak perusahaan baru yang menawarkan berbagai produk dengan menerapkan strategi pemasaran yang bermacam-macam guna menarik perhatian calon konsumen untuk menggunakan produknya, terutama pemasaran di dunia digital. Banyak perusahaan yang mempromosikan produk dan perusahaannya lewat berbagai media digital dengan konten yang bervariasi. Konten tersebut berisi berbagai kelebihan dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan menawarkan produk melalui berbagai media iklan, diharapkan perusahaan nantinya dapat memperoleh keuntungan dari apa yang telah dilakukan sebelumnya dalam upaya mempromosikan produk.

Berdasarkan latar belakang, maka penulis merasa penting untuk melakukan penelitian mengenai sejauh mana pengaruh promosi, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penulis mencoba melakukan penelitian ini dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk SCARLET WHITENING”.

Kemajuan penjualan suatu barang tentunya bergantung pada pilihan pembelian individu yang dipengaruhi oleh variable mental. Seperti yang ditunjukkan oleh Kotler (Kotler dan Armstrong, 2012) pilihan pembelian yakni kegiatan dari pelanggan untuk kebutuhan membeli suatu barang ataupun administrasi dengan memikirkan kualitas, biaya dan merek barang tersebut.

Kemajuan organisasi dalam memengaruhi pembeli dalam menentukan pilihan pembelian benar-benar ditegakkan melalui upaya pembuat untuk meningkatkan kemajuan, serta mengembangkan lebih lanjut kualitas barang kepada pembeli dan meningkatkan biaya serius.

**Tabel 1. 1 Jenis Produk Scarlett Whitening**

No	Jenis Produk	Kandungan	Kualitas Produk
----	--------------	-----------	-----------------

1	Scarlett Whitening	Menggunakan bahan-bahan seperti Gluthatione, Vitamin E, dan beberapa Triisporopanol Amin yang sangat efektif, body lotion bebas pewangi ini Bisa secara dramatis memperbaiki penampilan kulit Anda dalam waktu singkat.	Itu datang dalam botol pompa yang nyaman, yang berarti lebih sedikit menetes, dan baunya lebih enak daripada lotion tubuh lainnya.
2	Scarlett Body Scrub	Diformulasikan dengan Glutathione yang meregenerasi kulit, Vitamin E yang menghidrasi, dan butiran scrub halus yang mencerahkan.	Kemasannya berbentuk tabung, dengan penutup plastik untuk mencegah tumpah, dan stiker holografik yang disematkan untuk membuktikan keaslian produk.
3	Scarlett Shower Scrub	Diformulasikan dengan Glutathione yang meregenerasi kulit, Vitamin E yang menghidrasi, dan butiran scrub halus yang mencerahkan.	Desain flip-top wadah mencegah tumpahan yang tidak disengaja selama transportasi ataupun penyimpanan.

Sumber : (<https://scarlettwhitening.com/2-beranda>, 2021)


Kemajuan organisasi dalam memengaruhi pembeli dalam menentukan pilihan pembelian benar benar ditegakkan melalui upaya pembuat untuk meningkatkan kemajuan, serta mengembangkan lebih lanjut kualitas barang kepada pembeli dan meningkatkan biaya serius.

Perpaduan iklan organisasi dipakai untuk menerangi, meyakinkan, dan mengingatkan tentang item organisasi. Kemajuan organisasi dalam memengaruhi pelanggan dalam

menentukan pilihan pembelian dijunjung tinggi melalui upaya pembuat untuk meningkatkan kemajuan, serta mengembangkan lebih lanjut kualitas barang kepada pembeli dan meningkatkan biaya serius.

**Tabel 1. 2 Harga dan Jenis Promosi Scarlett Whitening**

No	Jenis Produk	Harga	Promosi	Gambar
1	Scarlett Body Lotion	Rp. 75.000	Endorsment artis dan influencer melalui media social cth: tiktok, instagram, youtube, dll.	
2	Scarlett Body Scrub	Rp. 75.000	Endorsment artis dan influencer melalui media social cth: tiktok, instagram, youtube, dll.	

3	Scarlett Shower Scrub	Rp. 75.000	Endorsment artis dan influencer melalui media social cth: tiktok, instagram, youtube, dll.	
---	-----------------------	------------	--	--

Sumber : (<https://scarlettwhitening.com/2-beranda>, 2021)

Keberhasilan penjualan bisa dipengaruhi oleh beberapa aspek, salah satunya yakni promosi. Berlandaskan pemeriksaan terkoordinasi oleh (Lubis, 2015), temuan pemeriksaan (global) bersamaan terlihat bahwasanya program waktu terbatas memengaruhi pilihan pembelian. Penelitian serentak (global) mengungkapkan bahwasanya organisasi tertentu memengaruhi pilihan konsumen. satu dari faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha untuk memajukan apapun yakni keadaan seperti sekarang ini. bila ekspansi secara geografis luas, ini akan terlihat jelas. Semakin banyak waktu dan energi yang diinvestasikan perusahaan untuk mengiklankan barang-barangnya melalui game online, semakin cepat pengembangan produk akan maju.

Scarlett Whitening yakni bagian dari kampanye pemasaran unik yang dirancang untuk memamerkan barang-barang perusahaan kepada pelanggan potensial. Upaya sedang dilakukan untuk memakai beberapa tingkat untuk memungkinkan ingatan materi dari berbagai media ataupun perkembangan semua hal di seluruh media. Aman untuk berasumsi bahwasanya tugas yang tidak biasa, terutama distribusi, akan membuat Anda mengembalikan uang yang cukup banyak. Scarlett Whitening, di sisi lain, tidak perlu khawatir kehilangan pelanggan sebab membangun merek yakni sesuatu yang harus dilakukan sponsor untuk mempertahankan pelanggan mereka.

Notifikasi barang Scarlett Whitening kini sudah banyak tersedia di beberapa platform media sosial (termasuk Instagram, tiktok, dan lainnya). Jadi masuk akal untuk berasumsi bahwasanya Scarlett Whitening akan terus menjadi pelopor dalam industri ini di masa mendatang. Dalam bisnis, kualitas unik suatu produk bisa membantunya menonjol dari persaingan. Kemasan Scarlett Whitening, misalnya, menjamin keamanan produk dari pabrik sampai ke konsumen. Scarlett Whitening memakai berbagai macam bahan, dari plastik hingga

kaca.

Sementara itu, Scarlett Whitening menawarkan beragam bentuk container, jug, dan cylinder untuk kemasannya. Scarlett Whitening tidak hanya memprioritaskan bundling komponen, tetapi juga secara berkala mengevaluasi dan mengubah strategi bundling untuk memastikan produk tetap memenuhi kebutuhan dan harapan target pasarnya.

Scarlett Whitening tidak hanya menerapkan teknik penilaian mutakhir, tetapi mereka juga menjaga harga tetap wajar tanpa mengorbankan kualitas produk mereka. Hal yang paling menakjubkan tentang Scarlett Bleach yakni bahwasanya produk dengan harga terendah juga termasuk produk dengan nilai tertinggi. Keunggulan metode estimasi biaya Scarlett Whitening ini juga berlaku untuk seluruh Indonesia. Menurut penelitian (Lubis, 2015), ada hubungan yang signifikan diantara label harga dan keputusan akhir untuk membeli.

Demikian pula, banyak bisnis baru yang menjual berbagai macam barang dan memakai berbagai strategi periklanan untuk menarik perhatian konsumen yang mungkin mendapat manfaat dari penawaran mereka (ini terutama berlaku di ranah digital). Banyak bisnis mempromosikan barang dan jasa mereka memakai berbagai saluran digital, yang masing masing mungkin punya materi yang agak berbeda. Keuntungan yang ditawarkan oleh senyawa ini berbeda dari yang ditawarkan oleh properti organisasi. Item tersebut akan tersedia melalui berbagai saluran penerbitan sebab diharapkan perusahaan ingin belajar dari upaya sebelumnya.

Pembuat Scarlett whitening tampaknya percaya bahwasanya mahasiswa di Universitas Nasional yakni pengguna akhir produk yang paling sering, itulah sebabnya mereka tertarik untuk mendanai penelitian perintis yang dilakukan di bawah judul kerja proyek, "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Studi Kasus Pada Mahasiswa National University".

## **B. Rumusan Masalah**

Dilihat dari landasan permasalahan dan batasan permasalahannya, maka bisa dibentuk beberapa permasalahan yakni:

- a. Apakah Promosi mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening untuk Mahasiswa National University?
- b. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening untuk Mahasiswa National University.
- c. Apakah Persepsi mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening untuk Mahasiswa National University?

### **C. Tujuan Penelitian**

Inti dari pemeriksaan ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa National University.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas barang terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening untuk mahasiswa National University.
3. Untuk mengetahui, menganalisis persepsi harga untuk Mahasiswa Universitas Nasional.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pemangku kepentingan berikut :

- 1) Bagi Akademisi, penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi karya yang memberikan pengetahuan atau masukan bagi ilmu pemasaran yang berhubungan dengan promosi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, serta dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti yang akan datang.
- 2) Bagi Penulis, diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang promosi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk.
- 3) Bagi Perusahaan, sebagai bahan masukan yang dapat dijadikan saran dalam memberikan informasi mengenai promosi kualitas dan harga scarlett whitening.

