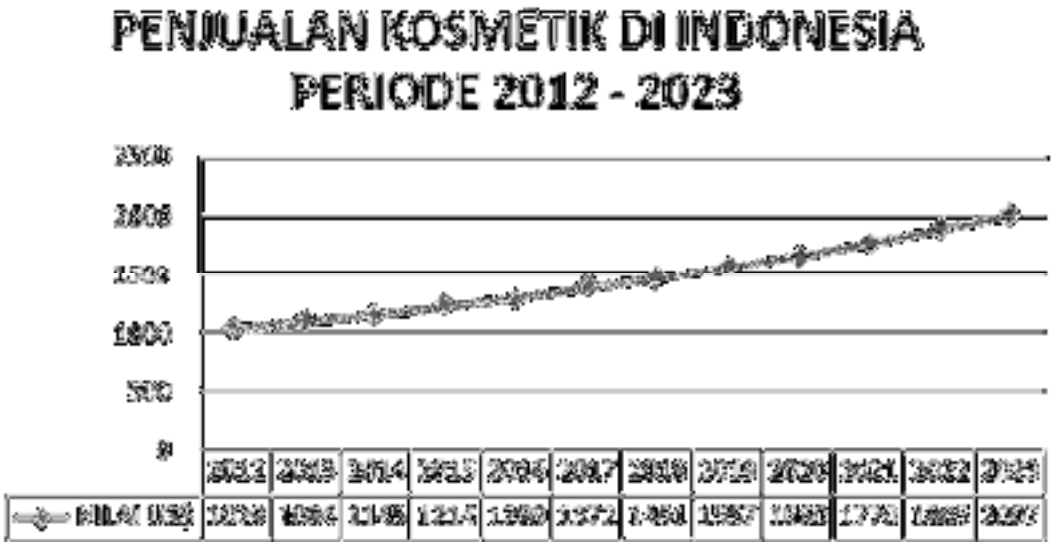
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era global seperti sekarang ini setiap orang sangat antusias dalam mengikuti perkembangan dunia yang tumbuh semakin cepat dibarengi sektor lini kehidupan, termasuk dalam sektor kosmetik. produk kosmetik belakangan ini menjadi sangat dekat dengan masyarakat bahkan sudah menjadi sebuah kebutuhan utama sebagian besar wanita. Hal ini tidak terlepas dari berkembangnya era globalisasi yang menuntut peran aktif wanita dan mobilitas yang tinggi di dunia kerja serta kebutuhan wanita untuk menunjang penampilannya, salah satu cara untuk menunjang penampilan menarik ialah dengan menggunakan kosmetik. Banyaknya trend kecantikan yang muncul saat ini mempengaruhi masyarakat untuk terus membeli kosmetik demi memenuhi kebutuhan tersebut. tuntutan untuk memenuhi keinginan akan produk kosmetik mengakibatkan permintaan konsumen terhadap produk kosmetik terus meningkat (Astuti et al., 2022).

Menurut Kementrian Perindustrian (Kemenperin), Indonesia diklaim sebagai salah satu pasar produk kosmetik yang cukup potensial. Kemenperin mencatat terjadi kenaikan pertumbuhan pada industri kimia, farmasi dan obat tradisional yang mana produk kosmetik termasuk juga di dalamnya. Pertumbuhan industri kimia, farmasi dan obat tradisional pada tahun 2020 di triwulan ketiga sebesar 14,96% sedangkan pada triwulan ketiga di tahun sebelumnya hanya sebesar 4,76%. (Analisis Perkembangan Industri Pengolahan Non Migras Indonesia 2020 Edisi IV, 2020). Menteri perindustrian mengatakan potensi pasar domestik ini disebabkan karena meningkatnya jumlah populasi penduduk usia muda atau generasi millenial dan seiring perkembangan zaman, industri kosmetik juga mulai merambah pasar pria dan anak-anak.



Gambar 1. 1

Penjualan Kosmetik di Indonesia periode 2012-2023

Sumber: (*Statista – Penjualan kosmetik di Indonesia periode*, 2012-2023)

Dapat di lihat pada gambar 1.1 di atas menunjukkan permintaan akan produk kecantikan dari tahun ke tahun terus meningkat. Permintaan kosmetik yang terus meningkat memang tidak terlepas semakin sadarnya masyarakat dalam menjaga penampilan. Selain itu, mempercantik diri juga telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat khususnya bagi para perempuan. Berdasarkan Prediksi Bappenas, jumlah perempuan di Indonesia Tahun 2020 mencapai 134,26 juta jiwa. Pada tahun 2025, jumlah ini melonjak menjadi 142 juta jiwa.

Penggunaan produk kecantikan telah menimbulkan persaingan antar perusahaan kosmetik yang sangat ketat. Hal tersebut dapat di lihat dari banyaknya jenis produk kecantikan yang beredar di pasaran, baik yang di produksi di dalam negeri maupun di luar negeri. Pesatnya produk kecantikan di pasaran mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian produk. Pembelian produk kecantikan bukan hanya untuk memenuhi keinginan saja akan tetapi karena kosmetik merupakan sebuah kebutuhan.

Di Indonesia produk kecantikan memiliki peminatnya masing-masing. Ada yang menyukai produk kecantikan dari dalam negeri dan ada yang menyukai produk kecantikan dari luar negeri. Salah satu produk kecantikan dari luar negeri yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah kosmetik Maybelline.

Produk kosmetik maybelline terdiri dari brow, eyeliner, eyeshadow, mascara, bb cream, bb cushion, blush, concealer, contour, highlight, primer, foundation, fowder, remover, lipbalm, lipstick, dan lip-tint.

Maybelline New York adalah brand kosmetik terkenal no. 1 di dunia, terdepan dalam kualitas dan inovasi dengan identitas New York yang modern. Maybelline merupakan produk kecantikan internasional yang berdiri sejak tahun 1915 oleh Thomas Lyle Williams di New York, Amerika Serikat. Williams mencoba memperoduksi kosmetik yang kemudian di namakan Maybelline. Brand ini menjadikan kecantikan terjangkau bagi wanita di berbagai penjuru dunia, sehingga setiap wanita berkesempatan untuk memaksimalkan potensi kecantikan mereka, maybelline kini hadir di lebih dari 100 negara dengan menawarkan produk kosmetik dengan warna-warna cantik dan trendi yang menyatukan formula dengan teknologi terkini dan keahlian dalam trend terbaru. Perusahaan ini di ambil alih oleh L'Oreal Group sejak tahun 1996.

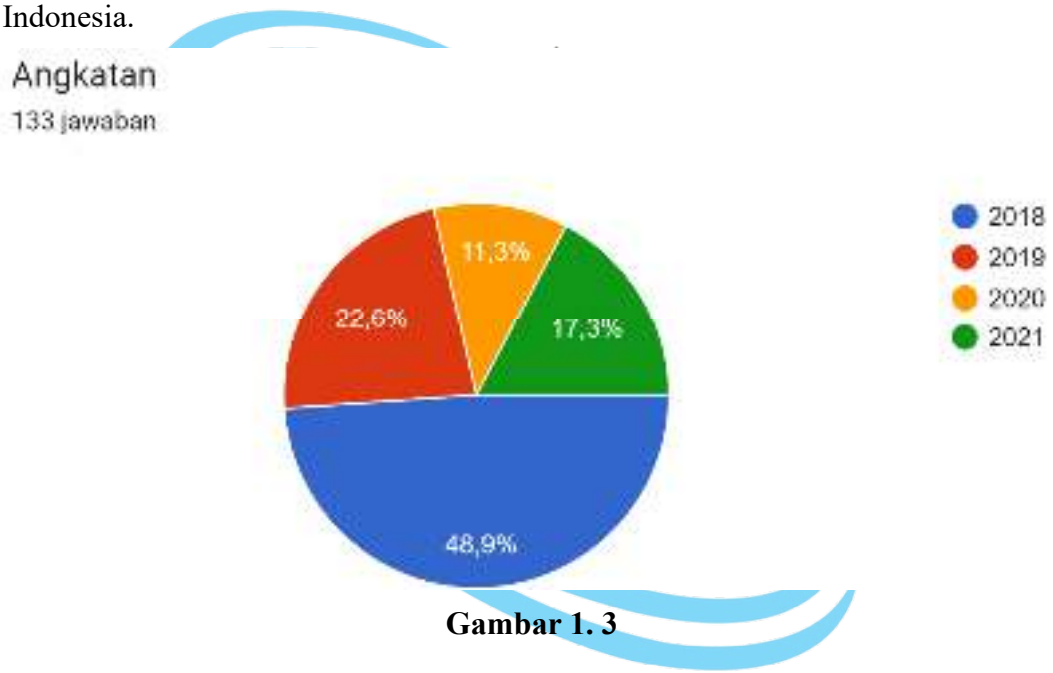
Salah satu produk kosmetik Maybelline yang menjadi pilihan konsumen yaitu Lipstik. Hal ini dapat di lihat pada Top Brand kosmetik bibir di marketplace shopee pada tahun 2021 di bawah ini.

Gambar 1. 2

Hasil Top Brand Kosmetik Bibir di Marketplace Shopee 2021

Sumber: (*Compas*, 2021)

Dapat di lihat pada gambar 1.2 di atas menunjukkan persentase top brand kosemetik bibir di salah satu marketplace yaitu Shopee. Berdasarkan data tersebut, di ketahui bahwa kosmetik bibir Maybelline menduduki posisi pertama sebagai brand yang paling banyak di beli dan di minati oleh para konsumen kosmetik di Indonesia. Maybelline menguasai sales revenue dengan total penjualan sebesar Rp 6,68% Miliar, sehingga mampu melampaui brand kompetitor lainnya baik lokal maupun non-lokal dan Produk Maybelline sudah di percaya oleh banyak orang karena memiliki kualitas terbaik no.1 di Amerika yang memiliki lebih dari 10 jenis lipstik. Sedangkan L'Oreal berada pada posisi terakhir, sehingga dapat dikatakan bahwa brand luar tersebut tidak terlalu diminati oleh konsumen kosmetik di Indonesia.



Gambar 1. 3

Diagram Hasil Pra Survei Penelitian Mahasiswi Manajemen

Angkatan 2018-2021

Sumber: (Hasil Olah Penulis, 2022)

Berdasarkan hasil pra survei pada gambar 1.3 diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 133 mahasiswi manajemen menggunakan lipstik Maybelline dapat di lihat dari angkatan 2018 yaitu sebesar 48,9% atau sebanyak 65 responden, 2019 sebesar 21,6% atau sebayak 30 responden, 2020 sebesar 11,3% atau sebanyak 15 responden dan 2021 sebesar 17,3% atau sebanyak 23 responden.

Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keputusan pembelian. Keputusan Pembelian merupakan sebuah tindakan seorang konsumen

dalam membeli sebuah produk yang dinilai akan dapat membuatnya puas setelah memakai produk tersebut (Rizal et al., 2021). Berhasilnya suatu perusahaan tergantung bagaimana respon konsumen pada suatu produk. Semakin bagus kualitas produk yang di miliki maka akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk. Semakin tinggi keputusan pembelian pada sebuah produk maka akan mengakibatkan meningkatnya volume penjualan dan semakin tingginya keuntungan yang di peroleh suatu perusahaan.

Tabel 1. 1

Hasil Top Brand Index Kategori Lipstik Tahun 2017-2021

Top Brand Index 2017		**Top Brand Index 2018**		**Top Brand Index 2019**	
Brand	**2017**	**Brand**	**2018**	**Brand**	**2019**
Wardah	21.3%	Wardah	29.35%	Wardah	33.4%
Maybelline	**14.2%**	Pixy	14.87%	Revlon	9.2%
Pixy	9.8%	Red-A	10.12%	**Maybelline**	**7.7%**
Red-A	9.5%	**Maybelline**	**8.91%**	Pixy	6.0%
Revlon	4.8%	Puteri	3.51%	Viva	4.5%
Oriflame	4.7%	Oriflame	2.33%	-	-
Puteri	4.4%	Revlon	2.06%	-	-

Top Brand Index 2020		**Top Brand Index 2021**	
Brand	**2020**	**Brand**	**2021**
Wardah	33.5%	Wardah	31.9%
Revlon	8.8%	**Maybelline**	**11.6%**
Maybelline	**6.1%**	Revlon	7.5%
Pixy	5.4%	Pixy	5.6%
Viva	4.1%	Viva	3.3%
-	-	-	-
-	-	-	-

Sumber: (*Top Brand Index*, 2017-2021)

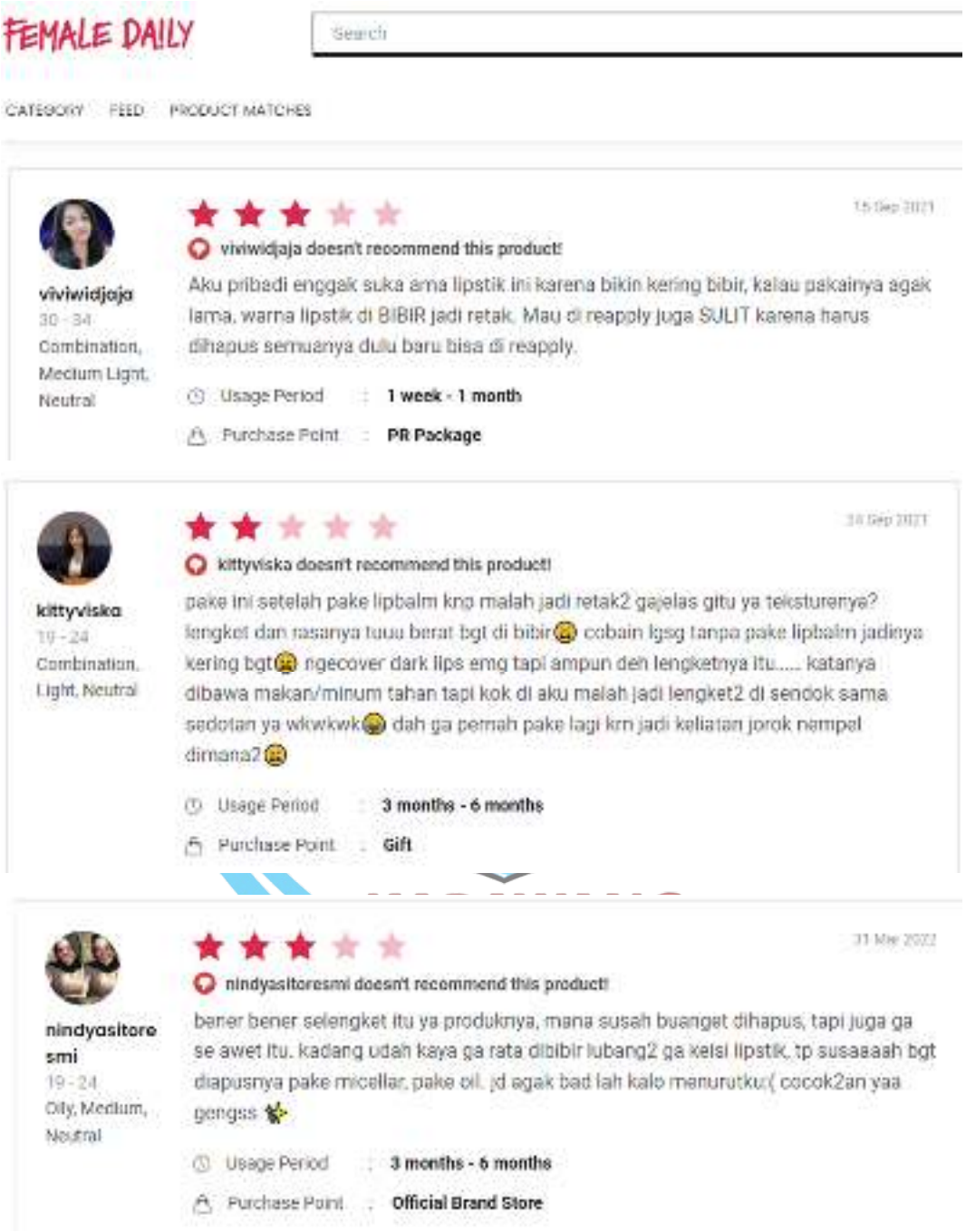
Berdasarkan pada tabel 1.1 diatas dapat di ketahui bahwa pada tahun 2017–2020 *market share* lipstik maybelline cenderung mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Penurunan *market share* yang di alami maybelline dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa adanya kelemahan yang terdapat pada

lipstick maybelline, sehingga konsumen merasa tidak puas dan memutuskan untuk beralih ke merek lain yang lebih baik dibandingkan lipstik maybelline. Penurunan persentase yang dialami oleh maybelline mengindikasi bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap produk lipstik maybelline mengalami penurunan.

Diantara beberapa penyebab yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk dan harga (Jumhodikromin, 2022). Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh (Sahara & Prakoso, 2020) bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk dapat menjadi salah satu faktor yang sangat penting bagi pelanggannya. Kualitas merupakan konsep terpenting dalam menciptakan suatu produk. Produk yang berkualitas yaitu produk yang di terima pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya maybelline selalu melakukan pemutakhiran produknya, dengan menciptakan produk baru dan maybelline selalu memberikam kualitas terbaik sehingga maybelline menjadi merek kosmetik unggulan dan berkualitas bagi masyarakat. Semakin bagus kualitas produk yang di diberikan maybelline maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.

Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli produk kosmetik, konsumen terlebih dahulu akan membaca review terkait produk yang akan dibeli untuk mengurangi ketidakpastian ataupun risiko. Oleh karena itu suatu perusahaan sangat penting untuk memperhatikan kualitas produk yang akan dipasarkan, karena produk yang berkualitas tinggi dapat merangsang emosional konsumen yang berdampak pada keputusan pembelian.



Gambar 1. 4

Ulasan Konsumen Lipstik Maybelline

Sumber: (*Female Daily*, 2022)

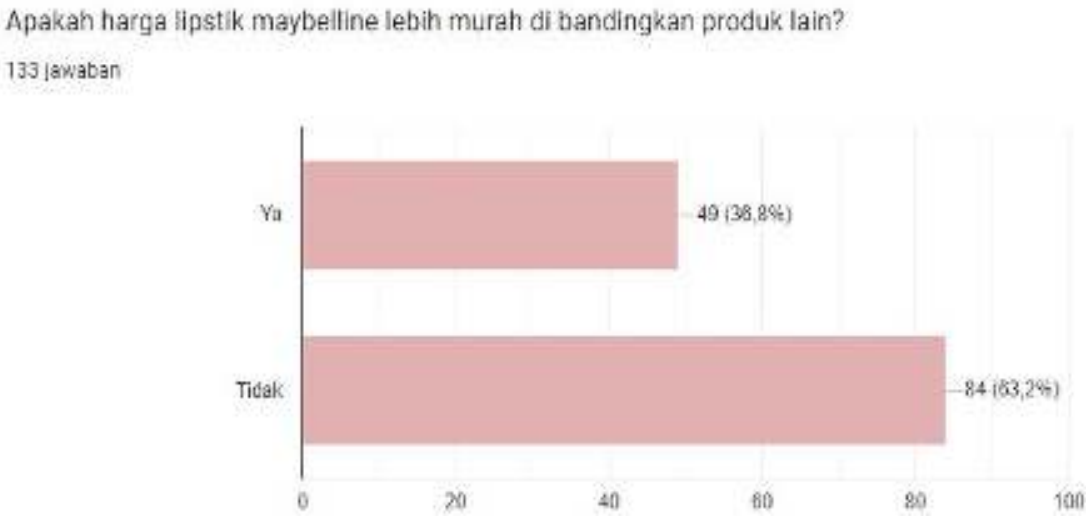
Berdasarkan pada gambar 1.4 diatas mengenai ulasan konsumen terhadap pembelian lipstik maybelline, terdapat beberapa konsumen yang menyatakan

bahwa kualitas lipstik maybelline kurang baik, setelah di aplikasikan membuat bibir menjadi lengket, kering serta retak sehingga beberapa konsumen merasa kurang puas dengan kualitas lipstik maybelline.

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rohimah, 2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan (Febrianto, 2019) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas produk, faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan pembelian suatu produk adalah harga. Harga memilliki peranan yang sangat penting dalam pengambilan keputusan, karena tingkat harga yang di tetapkan suatu perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Jika harga yang diterapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan konsumen pada suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut. Namun jika penetapan harga yang tidak tepat dapat mengakibatkan penjualan suatu produk tidak akan maksimal dan akan menyebabkan menurunnya penjualan serta pangsa pasar menjadi berkurang.

Persepsi mengenai harga menjadi salah satu hal yang di perhatikan dalam persaingan industri kosmetik. Seringkali kualitas yang bagus tidak dilirik oleh pasar karena memiliki harga yang mahal dan tidak terjangkau oleh konsumen. Maybelline menawarkan harga yang dapat di jangkau oleh pengguna kosmetik yang mengedepankan kualitas. Saat ini konsumen menjadi semakin sensitif akan perubahan harga. Karenanya maybelline memiliki harga yang berdaya saing tinggi di pasar tidak memfokuskan strategi pada harga murah, maybelline menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat.



Gambar 1. 5

Diagram Hasil Pra Survei Variabel Harga

Sumber: (Hasil Olah Penulis, 2022)

Berdasarkan hasil pra survei pada gambar 1.5 diatas mengenai pertanyaan "Apakah harga lipstik maybelline lebih murah di bandingkan produk lain" diperoleh hasil sebesar 36,8% yaitu sebanyak 49 responden menyatakan ya bahwa harga lipstik maybelline cukup murah jika di bandingkan dengan produk lain. Dan diperoleh hasil sebesar 63,2% atau sebanyak 84 responden menyatakan bahwa lipstik maybelline cukup mahal jika di bandingkan dengan produk lokal. Berikut adalah tabel perbandingan harga lipstik tahun 2022.

Tabel 1. 2

Perbandingan Harga Lipstik Tahun 2022

Maybelline	Harga (Rp)	Wardah	Harga (Rp)
Color Lipbalm	49.000	Fruity Sheer Lip Balm	24.000
Cushion Matte Lipcream	75.000	Colorfit Ultralight Matte	36.000
Color Sensational Liquid	78.000	Lipstick Longlasing	47.000
Sensational Liquid Matte	85.000	Exclusive Lipcream	59.000
SuperStay Vinyl	116.600	Fresh Matte Lip Ink	59.000
Sensational Ultimatte	119.900	Last All Day Lip Paint	62.000
SuperStay Crayon	125.000	ColorfFt velvet Matte	76.000
Lifter Gloss	126.000	Instaperfect Matteitude	83.000
SuperStay Matte Liquid	129.000	Mattecentric Crayon	99.000

Revlon	Harga (Rp)	Pixy	Harga (Rp)
Superlustrous Matte	61.000	Lipstick Matte In Love	46.000
Matte Balm Lipstick	67.200	Tint Me	46.000
Ultra HD Matte Lip Color	79.000	Lip Cream Matte	55.000
ColorStay Matte Crayon	119.000	Glow Crayonttention	96.000

Sumber : Hasil Olah Penulis, 2022

Berdasarkan pada tabel 1.2 diatas dapat di lihat bahwa harga yang di tawarkan lipstik maybelline terbilang cukup mahal jika di bandingkan dengan harga lipstik merek-merek yang lainnya. Harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, hal tersebut membuat daya saing maybelline semakin tinggi.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan yang dilakukan oleh (Mulyani, 2022) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut (Kurnianingsih & Fauzi, 2022) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Agar konsumen dapat memutuskan pembelian pada produk lipstik maybelline maka perusahaan perlu mempertimbangkan kualitas yang dimiliki serta menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh (Paskalis Dakhi, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap harga. Jika kualitas produk meningkat maka harga juga akan meningkat. Jika kualitas produk dan harga sudah sesuai dengan keinginan konsumen maka akan mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian produk lipstik maybelline.

Berdasarkan Uraian dan fenomena yang terjadi seperti penjelasan dalam latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai: ***"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Maybelline Studi Pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang"***

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena di latar belakang di atas, ada beberapa masalah yang dapat diidentifikasikan sebagai berikut.

1. Persaingan industri kosmetik yang semakin tinggi.
2. Terjadi penurunan persentase *market share* top brand index lipstik maybelline pada tahun 2017-2020 yang artinya keputusan pembelian konsumen pada lipstik maybelline juga mengalami penurunan.
3. Adanya ulasan negatif dari beberapa konsumen mengenai kualitas lipstik maybelline yang kurang baik.
4. Banyaknya berbagai produk lipstik dari brand lain yang menawarkan harga lipstik lebih murah.
5. Banyaknya pesaing untuk produk sejenis membuat maybelline harus terus fokus untuk meningkatkan penjualan.
6. Harga yang di tawarkan produk lipstik maybelline tidak terjangkau untuk semua kalangan.
7. Adanya *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu terkait dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pemabahasan yang akan di bahas pada penelitian ini sehingga penelitian dapat lebih efektif dan efisien, maka penulis menggunakan batasan-batasan masalah sebagai berikut. Penelitian ini berada dalam bidang ilmu manajemen khususnya di bidang manajemen pemasaran.

1. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswi manajemen Universitas Buana Perjuangan karawang Angkatan 2018-2021 yang pernah menggunakan produk lipstik Maybelline.
2. Penelitian ini termasuk pada bidang ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran.
3. Penelitian ini membahas tema kajian Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian.
4. Metode penelitian yang di gunakan deskriptif dan verifikatif.
5. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisis jalur *(Path Analysis)* dengan menggunakan bantuan program SPSS 26 for windows.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk, harga dan keputusan pembelian produk lipstik maybelline pada mahasiswi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021?
2. Bagaimana hubungan kualitas produk dengan harga produk lipstik maybelline pada mahasiswi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021?
3. Bagaimana pengaruh parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk lipstik maybelline pada mahasiswi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021?
4. Bagaimana pengaruh parsial harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik maybelline pada mahasiswi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021?
5. Bagaimana pengaruh simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik maybelline pada mahasiswi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angakatan 2018-2021?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan kualitas produk, harga dan keputusan pembelian produk lipstik maybelline pada mahasiswi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021.
2. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan hubungan kualitas produk dan harga produk lipstik maybelline pada mahasiswi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021.
3. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk lipstik

maybelline pada mahasiswi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021

4. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan pengaruh secara parsial harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik maybelline pada mahasiswi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021.
5. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik maybelline pada mahasiswi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk memberikan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) yaitu bagi perkembangan ilmu ekonomi manajemen khususnya pada bidang manajemen pemasaran, melalui pendekatan ini metode-metode yang digunakan terutama dalam menggali pendekatan-pendekatan baru dalam aspek manajemen pemasaran yang menyangkut pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Lipstik Maybelline. Sehingga penelitian ini memberikan sumbangan bagi akademisi dalam mengembangkan teori manajemen pemasaran.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis.

1. Bagi peneliti
   a. Untuk memenuhi salah satu tugas akhir perkuliahan dalam mencapai gelar sarjana.
   b. Untuk mengaplikasi dan membandingkan antra teori-teori yang sudah diterima oleh peneliti dalam perkuliahan dengan kenyataan yang ada di lapangan.

c. Untuk menambah dan memperdalam pengetahuan terhadap hal-hal yang sudah diajarkan dalam perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengungkapkan tentang faktor-faktor yang berpengaruh langsung atau tidak langsung terhadap kualitas produk dan harga. Sehingga konsumen dapat timbul perhatian, keinginan bahkan keinginan untuk mencoba dan kemudian melakukan pembelian ulang produk lipstik mayabelline.

3. Bagi Perguruan Tinggi

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wacana pengetahuan khususnya dibidang kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian serta implementasinya pada masyarakat.

UBP KARAWANG