

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi seperti saat ini semakin banyak bermunculan produsen-produsen baru yang menjual barang-barang yang sejenis. Secara otomatis dengan banyaknya produsen maka akan membuat persaingan semakin ketat yang akan membuat semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya, sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan selektif dalam menghadapi setiap produk yang ditawarkan di pasaran.

Persaingan antar pasar industri perawatan pribadi dan kosmetik semakin kompetitif. Hal ini terbukti dengan banyaknya jenis kosmetik beredar baik produksi dalam negeri maupun produksi luar negeri (Ikanita, 2012). Dalam bisnis apapun, bagi bisnis yang berpotensi mengalami pertumbuhan maka pasti akan memiliki ancaman tersendiri. Begitupun dalam industri kosmetik, ancaman yang muncul adalah terdapat pelaku bisnis yang melakukan berbagai cara yang tidak baik untuk mendapatkan untung sebanyak-banyaknya. Salah satunya dengan menambahkan bahan berbahaya kedalam kandungan kosmetik yang diproduksi. Bahan berbahaya yang digunakan misalnya seperti merkuri, hidrokinon, asam retinoat dan zat warna yang dilarang seperti rhodamin. Pada tahun 2011 tingkat temuan

kosmetik yang mengandung bahan berbahaya sebesar 0,65%, kemudian pada tahun 2012 tingkat temuan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya mengalami penurunan menjadi 0,54%, namun pada tahun 2013 tingkat temuan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya mengalami lonjakan yaitu menjadi 0,74%, dan pada tahun 2014 temuan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya kembali mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 0,78%. Pada tahun 2015 tingkat temuan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya mengalami penurunan menjadi 0,60% (Data Badan BPOM, 2015).

Bedasarkan temuan diatas kosmetik yang mengandung bahan berbahaya tersebut dapat menurunkan kualitas produk dari pelaku industri kosmetik itu sendiri. Menurut (Abdullahi, Farah. et al, 2011) mengatakan bahwa terdapat beberapa komponen pengukuran atas kualitas produk berdasarkan *performance*, yaitu sebuah produk berasal dari bahan baku yang memiliki bibit unggulan dan kandungan yang terdapat dalam sebuah produk.

Tidak hanya mempengaruhi kualitas produk, masalah lainnya yang timbul dari adanya temuan kandungan berbahaya dalam kosmetik adalah menurunnya citra merek. Citra merek yang telah tertanam dibenak konsumen dalam memilih produk, sehingga konsumen tersebut akan memiliki komitmen dalam memilih produk atau merek dalam setiap pembelian (Ike-Elechi Ogba. et al, 2009).

Selain itu, penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen yang nantinya mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Harga secara konsisten dinyatakan sebagai faktor utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian (Zsofia Kenesei dan Sarah Todd, 2003)

Dalam penelitian ini produsen kosmetik yang dipilih adalah produk kosmetik dari PT. Pabrik Farmasi Vita yang semenjak 1998 berubah nama menjadi PT. Vitapharm adalah salah satu perusahaan yang sudah sangat berpengalaman dalam memproduksi kosmetik. Produknya diproduksi dalam dua merek, yaitu Viva yang terbagi menjadi (Viva, Viva Queen, Viva White) dan Red-A. Dalam penelitian ini digunakan studi kasus kosmetik dengan merek Viva *Cosmetics* cabang Palembang. Pemilihan ini didasarkan pada sistem penjualan dan segmen produk. Disamping itu, seluruh produknya yang berjumlah 181 macam telah mendapat sertifikasi halal, yang dikeluarkan oleh majelis Ulama Indonesia. Penjualan yang dimulai sejak tahun 1962 melalui *door to door* ini kemudian telah berkembang sampai menjadi ribuan outlet yang tersebar di *Department Store* dan pusat perbelanjaan di Indonesia dan sejak lama sudah menyentuh pasar manca negara. Viva *Cosmetics* mempertahankan kualitas terbaiknya dan menjadikan kualitasnya lebih baik lagi yang dituangkan dalam produk yang terbuat dari ekstrak bahan-bahan alami dan diproduksi dengan mesin berteknologi tinggi, serta keterampilan tangan manusia tentunya akan menjadikan kesan tersendiri bagi pangsa pasarnya. Dan diperkuat dengan

citra mereknya yang positif dan pembubuhan label made in Indonesia sesuai untuk daerah tropis menjadikan salah satu potensi besar Viva untuk bersaing di kalangan industri kosmetik yang semakin bersaing dan untuk merebut hati para konsumen.

Pada saat ini, banyaknya perusahaan kosmetik yang muncul membuat persaingan semakin ketat. Semua merek saling bersaing satu sama lain, sehingga *Viva Cosmetics* dirasa perlu menyesuaikan diri lagi agar bisa tetap bertahan dan memenangkan persaingan. Namun kenyataannya, saat ini Viva mengalami penurunan prestasinya. Hal tersebut dapat terlihat berdasarkan fenomena berikut:

**Tabel 1.1** Persentase Merek Bedak yang menjadi Top *Brand* Tahun 2015-2018 di Indonesia

No	Merek	2015	Merek	2016	Merek	2017	Merek	2018
1	Wardah	17,2%	Wardah	25,0%	Wardah	26,0%	Wardah	35,5%
2	Pixy	15,6%	Pixy	14,9%	Pixy	15,7%	Pixy	14,1%
3	Sariayu	9,0%	Sariayu	7,5%	<b>Viva</b>	<b>8,0%</b>	Sariayu	9,3%
4	La Tulipe	8,9%	<b>Viva</b>	<b>7,1%</b>	Sariayu	7,8%	<b>Viva</b>	<b>8,6%</b>
5	<b>Viva</b>	<b>8,0%</b>	La Tulipe	6,9%	La Tulipe	6,4%	La tulipe	5,0%
6	Maybelline	4,5%	Maybelline	5,8%	Maybelline	5,3%		
7	Oriflame	4,3%						

Sumber: *Top Brand Award* 2015-2018

Setelah melihat tabel diatas, maka terlihat bahwa *Viva Cosmetics* mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan tersebut merupakan salah satu gejala dari perpindahan merek. Hal tersebut bisa saja terjadi karena tidak terpenuhinya kebutuhan konsumen berdasarkan beberapa faktor, diantaranya kualitas produk, citra merek dan harga.

Dalam beberapa temuan yang di dapat dari peneliti sebelumnya kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Situmorang, 2017 ; Wahyu dan Susi, 2012 ; Ayuniah, 2017 ; Mahmudah, 2014 ; Labiro, 2017 ; Andikarini, 2017 ; Rizky dan Donant, 2018 ; Aisyah, 2018 ; Almubarak, 2015). Dan harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian didapat diantaranya dari (Wahyu dan Susi, 2012 ; Ayuniah, 2017 ; Mahmudah, 2014 ; Andikarini, 2017 ; Almubarak, 2015). Untuk hasil citra merek terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di dapatkan dari (Situmorang, 2017 ; Ayuniah, 2017 ; Mahmudah, 2014 ; Rizky dan Donant, 2018 ; Puspitasari, 2015; Gunarto, 2017).

Hasil yang menunjukkan kualitas produk terbukti tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di dapatkan dari (Anggraeni. et al, 2018). Untuk Harga terbukti tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di dapat dari (Labiro, 2017). Dan citra merek terbukti tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di dapat dari (Andikarini, 2017). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Ratlan dan Tarcicius, 2015) menyatakan bahwa keputusan pembelian tidak dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh harga dan kualitas produk.

Berdasarkan temuan penelitian terdahulu, masih memberikan hasil yang berbeda-beda, perbedaan hasil temuan tersebut dapat dijadikan acuan untuk bahan penelitian. Maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian mengenai : **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga**

## **Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Viva *Cosmetics* di Kota Palembang.**

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk Viva *Cosmetics* terhadap keputusan pembelian konsumen di Kota Palembang.
2. Bagaimana pengaruh citra merek Viva *Cosmetics* terhadap keputusan pembelian konsumen di Kota Palembang.
3. Bagaimana pengaruh harga Viva *Cosmetics* terhadap keputusan pembelian konsumen di Kota Palembang.

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar pembahasan terarah dan tidak terlalu luas serta tidak menyimpang dari permasalahan di atas, maka penulis membatasi pembahasan hanya terfokus pada kualitas produk, citra merek, dan harga Viva *Cosmetics* terhadap keputusan pembelian di Kota Palembang.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk Viva *Cosmetics* terhadap keputusan pembelian di Kota Palembang.

- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek *Viva Cosmetics* terhadap keputusan pembelian di Kota Palembang.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga *Viva Cosmetics* terhadap keputusan pembelian di Kota Palembang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi :

- a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan yang tepat dan akurat serta menambah informasi bagi perusahaan.

- b. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan peneliti dan pengaplikasian secara nyata teori yang diperoleh selama menempuh studi di Universitas Bina Darma Palembang serta pembelajaran dan pelatihan bagi peneliti.

- c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi literatur dan kontribusi pemikiran didalam menunjang penelitian lanjutan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan proposal penelitian ini penulis akan membahas kedalam lima bab yang diperincikan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan penulisan. Seperti pengertian kualitas produk, citra merek, harga, pengertian keputusan pembelian, serta penelitian terdahulu dan kerangka pemirikan yang digunakan penulis.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang pengertian beberapa variabel penelitian yang ditentukan jumlah sampel yang diteliti, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan analisis yang digunakan untuk menguji kebenaran penelitian.

### **BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran singkat perusahaan dan responden yang menjadi objek penelitian, dan secara



sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diadakan tentang hasilnya.

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab terakhir dari penelitian ini akan diuraikan kesimpulan yang diperoleh dalam pembahasan. Dalam bab ini juga dimuat saran-saran berdasarkan hasil penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**