

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini yang disebut sebagai era milenial kemajuan globalisasi telah mengalami perubahan signifikan seperti kemajuan teknologi yang canggih dan akses yang sangat cepat terhadap informasi. Perkembangan zaman di era milenial berdampak dan memberikan pengaruh pada berbagai aspek kehidupan terutama pola hidup pribadi. Kehidupan sebelumnya yang ditandai oleh gaya sederhana dan mengalami perubahan menjadi kehidupan modern, progresif, dan bergaya mewah. Kepopuleran generasi milenial di era sekarang timbul dari kecenderungan mereka untuk mengagumi pola hidup modern dan tampilan yang mengesankan. Perkembangan ini menggambarkan bahwa apa yang dulunya dianggap langka dan eksklusif bagi beberapa orang sekarang menjadi hal umum yang dapat dimiliki oleh siapapun tanpa memandang latar belakang ekonomi. Perkembangan yang timbul akibat perubahan ini adalah adanya peningkatan yang signifikan dalam usaha. Produksi barang yang signifikan juga meningkat karena adanya peningkatan minat masyarakat dalam mengikuti perkembangan zaman.

Sektor industri di Indonesia mengalami kemajuan yang signifikan terutama dalam bidang kosmetik. Kemajuan yang pesat dalam industri mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan dan memperluas kualitas produknya dari segala aspek. Penggunaan kosmetik telah berkembang menjadi bagian dari pola hidup yang akan mempengaruhi pilihan konsumen dalam memilih berbagai merek

kosmetik baik itu merek dari lokal atau merek dari internasional yang berkualitas tinggi. Hal ini kemudian dapat menyebabkan seseorang menjadi konsumtif karena pada dasarnya pola hidup mencakup bagaimana individu menghabiskan waktu dan uang mereka. Konsumen sudah pasti menginginkan produk yang memiliki kualitas terbaik yang bisa diperoleh dan sesuai dengan manfaat yang ditawarkan seperti contohnya produk pada kosmetik dimana kosmetik harus aman untuk digunakan pada kulit. Semua kosmetik wajib diperiksa oleh BPPOM (Badan Pengawasan Pangan, Obat dan Kosmetik) dan telah lulus uji edar serta mencantumkan informasi penting seperti komposisi, manfaat produk, cara penggunaan, cara penyimpanan, tanggal produksi dan lainnya yang krusial.

Faktor pertama yang dapat menjadi alasan berpengaruhnya suatu keputusan pembelian yakni kualitas produk, karena kualitas produk berhubungan dengan bagaimana suatu produk tersebut memiliki nilai jual dan nilai tambah terhadap kepuasan konsumen yang menggunakannya. Usaha untuk selalu meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk yang ada merupakan upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar yang kompetitif (Junita, Amilia, & Rahman, 2024). Ketika kualitas produk semakin baik maka semakin puas pula konsumen begitupun sebaliknya.

Faktor kedua yang dapat menjadi alasan berpengaruhnya keputusan pembelian yakni kewajaran harga, karena berhubungan dengan bagaimana konsumen dapat memiliki persepsi terhadap keberadaan dari perbedaan harga yang ditawarkan oleh penjual dengan kompetitor lainnya dimana harga tersebut sangat wajar untuk dibenarkan atau diterima (Mustafa & Setiawan, 2022). Setiap

perusahaan harus mampu memperhatikan dalam menerapkan harga terhadap produk yang dihasilkan karena harga adalah faktor yang sangat penting serta sensitif yang dapat mempengaruhi penjualan. Perusahaan juga harus mampu dalam menetapkan harga yang adil dan kompetitif dalam tujuan menghindari kerugian terhadap konsumen.

Faktor ketiga yang dapat menjadi alasan berpengaruhnya keputusan pembelian yakni nilai pelanggan, karena berhubungan dengan bagaimana perusahaan mampu memberikan nilai-nilai positif seperti layanan, kegunaan produk, dan pengalaman yang dialami pelanggan selama menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini lah yang akan menimbulkan persepsi oleh konsumen selama masa penggunaan produk tersebut (Jumawar & Nurmartian, 2022). Evaluasi terhadap nilai pelanggan memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, karena keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai proses seseorang memutuskan produk sebelum dibeli yang mana telah dihadapi berbagai macam alternatif produk (Fernanda, Jassica Pitri Nainggolan, 2024).

Penjualan kosmetik sangat tinggi permintaannya di Indonesia, salah satunya yakni produk dari merek Make Over yang di distribusikan secara resmi melalui PT Paragon Technology and Innovation yang dimulai pada tahun 2010. Make Over memiliki moto produk yaitu *beauty beyond rules*, moto ini memiliki makna untuk mengajak semua wanita di Indonesia untuk dapat keluar dari zona nyaman dan mampu menjadi diri sendiri yang berfungsi untuk menghilangkan stigma dan batasan kecantikan yang ada di masyarakat. Make over memiliki berbagai macam

kategori produk kecantikan yang dihasilkan, salah satu produk yang sangat laris di industri kecantikan yakni bedak. Bedak berfungsi untuk menyempurnakan hasil akhir *makeup*, membuat *makeup* menjadi tahan lama dan menyerap minyak di wajah. Adapun varian dari bedak Make Over yakni :

Tabel 1.1 Produk Kosmetik Bedak Make Over

No	Nama	Kandungan	Manfaat
1	Make Over Powerstay Matte Powder Foundation	<i>Microfine Color-Rich Pigment Technology</i> dan <i>Fade-Resistant Formula, Focus Agent</i> serta dilengkapi dengan SPF 15 PA/++	Memberikan hasil yang tahan lama dengan finishing yang matte sempurna namun tidak memberikan rasa tebal atau flat. Bedak ini mampu menutupi garis halus dan flek hitam pada wajah. Yang terpenting produk ini mengandung UVA/UVB yang sangat berguna untuk melindungi kulit dari sinar matahari.
2	Make Over Silky Smooth Translucent Powder	<i>Moisturizer, Oil control</i> dan <i>High performance particle powder</i>	Membuat riasan make up Menjadi lebih natural, halus, dan mudah merata, membuat kulit terasa lebih lembab dan juga mencegah kulit berminyak.
3	Make Over Perfect Cover Two Way Cake	<i>Wheat bran extract, jojoba oil, macadamia, vitamin E,</i> dan bunga <i>matricaria</i>	Bedak ini dapat menahan minyak yang ada di kulit wajah dengan memberikan kelembapan maksimal kepada kulit serta ada antioksidan
4	Make Over Hydrastay Radiant Finishing Powder	<i>Deep Hydrating Actives</i>	Menjaga kulit terhindar dari kondisi kering selama pemakaian tanpa memperjelas area kering dan tekstur wajah serta menyamarkan pori pori dan garis halus.
5	Make Over Powerstay Mattifying Transparent Powder	<i>Optical blur-translucent technology</i> dan <i>soft focus</i>	Tidak berwarna sehingga tidak merubah warna dan Membuat tekstur kulit tampak lebih halus dan menyamarkan garis halus di wajah.

Sumber: (Make Over, 2024)

Tabel 1.1 merupakan varian dari bedak Make Over yang disertai dengan kandungannya dan manfaat yang diberikan selama menggunakan produk. Meskipun begitu, produk Make Over tidak luput dari kekurangan yang dirasakan oleh beberapa konsumen seperti rasa yang berat di kulit, jerawat baru yang timbul dan kulit menjadi berminyak dan kusam. Pada situs resmi TOP Brand Award, yakni suatu penghargaan bergengsi yang terkenal di Indonesia dapat dilihat pada hasil komparasi *brand index* menunjukkan posisi Make Over mengalami naik dan turun yang bersaing dengan kompetitornya seperti Marcks dan Wardah.



Gambar 1.1 Grafik Komparasi Brand Index Bedak Muka Pada Tahun 2021-2024
Sumber : (Top Brand Award, 2024)

Gambar 1.1 menunjukkan dimana *index* Make Over memiliki nilai tertinggi yakni 11.70% pada tahun 2024 dan nilai terendah yakni 8.10% pada tahun 2021. Untuk saat ini Make Over berada pada ranking ketiga pada kategori bedak muka tabur sebagai merek yang unggul yang memiliki performa luar biasa di pasar Indonesia.

Tabel 1.2 Perbandingan Harga Kosmetik Bedak Make Over Dan Luxcrime

No	Make Over	Harga	Luxcrime	Harga
1	Make Over <i>Perfect Cover Two Way Cake</i> 	Rp170.000	Luxcrime <i>Blur & Cover Two Way Cake in Custard</i> 	Rp129.000
2	Make Over <i>Powerstay Matte Powder Foundation</i> 	Rp205.000	Luxcrime <i>Ultra Cover Foundation Balm</i> 	Rp159.000

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 1.2 diatas bisa dilihat bahwa terdapat perbandingan harga bedak Make Over dengan bedak Luxcrime. Bedak Make Over yaitu Make Over *Perfect Cover Two Way Cake* : Rp. 170.000 dan Make Over *Powerstay Matte Powder Foundation* : Rp. 205.000. Sedangkan bedak Luxcrime yaitu Luxcrime *Blur & Cover Two Way Cake in Custard*: Rp 129.000 dan Luxcrime *Ultra Cover Foundation Balm* : Rp 159.000. Dapat disimpulkan bahwa bedak Make Over harganya relatif mahal dibandingkan bedak Luxcrime.

Tabel 1.3 Nilai Pelanggan Terhadap Bedak Make Over

No	Tanggal	Nama Akun	<i>Customer Review</i>
1	16 September 2021	Aurel	Karena sering direkomendasikan sama teman-teman saat mencari bedak tabur yang cocok dan bagus. Pas sudah dibeli dan dicoba ternyata ga nyatu bedaknya di wajahku dan malah bikin jerawat. Ga suka banget bikin kulit breakout jadi bedaknya ga dipakai lagi

2	13 November 2021	Reski	Suka gasuka deh sama produk ini, suka nya bedak ini punya butiran halus banget sangat menutupi warna kulitku yang ga merata ini padahal ga pakai <i>complexion</i> atau <i>foundie</i> gitu. Hasil dari pemakaian ini memang matte tapi ga bikin kulit terlihat kering gitu trus baunya juga ga ganggu. <i>Looks</i> nya halus dan flawless. Gasuka nya itu bedak ini cepat banget oksidasi jadinya kulit terlihat gelap bange
3	22 Maret 2022	Ayu	Dikulit saya buat lebih berminyak, dan kusam setelah beberapa waktu pemakaian, sangat berat dimuka, sering menimbulkan jerawat juga. tidak terlalu <i>covered</i> di wajah, buat kulit berminyak kurang cocok.
4	25 Juni 2022	Stepani	Pakai produk ini karna percaya banget sama bedaknya bisa mencerahkan wajah dan kulit terasa halus. Tapi tanpa disadari lama-lama muncul jerawat kecil di dahi. Awalnya ga percaya kalau bedak ini jadi penyebab jerawatnya, mencoba berhenti pakai selama 1-3 bulan dan jerawatnya malah hilang. <i>No</i> banget deh
5	24 Oktober 2022	Firgin	Waktu diawal pemakaian bedak ini bagus banget di aku, tapi menjelang beberapa jam aku ngerasa bedaknya jadi berat dan sangat berminyak di wajah. Karena aku memiliki tipe muka yang berminyak di area T zone membuat tidak nyaman. Produk ini juga mengalami oksidasi di wajah jadi menampilkan wajah yang kusam. Ga bakal mau beli lagi

Sumber: (Femaledaily, 2024)

Tabel 1.3 berisikan tentang keluhan yang dialami konsumen selama menggunakan bedak dari Make Over, apabila hal ini terus berlangsung maka akan menurunkan tingkat pembelian terhadap bedak Make Over. Maka dari itu, berlandaskan dari latar belakang penelitian ini, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kewajaran Harga Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Make Over Di Kota Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah diuraikan pada latar belakang, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Adanya beberapa keluhan dari kualitas produk yang menyebabkan wajah terasa sangat berat, menimbulkan jerawat dan membuat kulit berminyak serta kusam.
2. Harga produk kosmetik Bedak Make Over dinilai relatif mahal dibandingkan kompetitornya.
3. Adanya beberapa nilai pelanggan yang kurang baik terkait dengan produk kosmetik Bedak Make Over.
4. Keputusan pembelian produk kosmetik Bedak Make Over yang masih tergolong rendah hal ini karena permasalahan di kualitas produk, harga produk dan nilai pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Berikut ini adalah batasan masalah yang ada dalam penelitian, yakni :

1. Responden dalam penelitian ini ialah masyarakat berdomisili di kelurahan yang ada di Kecamatan Batu Aji yang berjenis kelamin wanita.
2. Variabel penelitian ini yaitu kualitas produk, kewajaran harga, nilai pelanggan sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.
3. Produk yang diteliti merupakan produk bedak merek Make Over

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian bedak Make Over di Kota Batam?
2. Bagaimanakah pengaruh kewajaran harga secara parsial terhadap keputusan pembelian Bedak Make Over di Kota Batam?
3. Bagaimanakah pengaruh nilai pelanggan secara parsial terhadap keputusan pembelian Bedak Make Over di Kota Batam?
4. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk, kewajaran harga dan nilai pelanggan secara simultan terhadap keputusan pembelian Bedak Make Over di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini, sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Bedak Make Over di Kota Batam.
2. Untuk menganalisis pengaruh kewajaran harga terhadap keputusan produk pembelian Bedak Make Over di Kota Batam.
3. Untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian Bedak Make Over di Kota Batam.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kewajaran harga dan nilai pelanggan secara parsial terhadap keputusan pembelian bedak Make Over di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki dua manfaat teoritis yakni bertujuan untuk memaksimalkan pengetahuan dan wawasan yang ada dan penelitian ini dijadikan sebagai referensi untuk membuat penelitian lanjutan.

1.6.2 Manfaat Praktis

Ada manfaat praktis yang dapat penulis simpulkan, yakni :

1. Bagi Perusahaan Make Over

PT Paragon Technology and Innovation dapat memastikan dan memperhatikan dalam meningkatkan kualitas produk, kewajaran harga dan nilai pelanggan terhadap konsumen untuk memaksimalkan pembelian produk.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Pengharapan penelitian ini berguna dan dapat dijadikan sebagai referensi ajaran untuk program studi yang relevan

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan sebagai syarat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi di Universitas Putera Batam.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Memudahkan kepada peneliti selanjutnya yang memiliki objek dan subjek yang relevan sebagai referensi ilmiah.