

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perfume merupakan wangi yang berasa. Dari ekstrak tumbuhan, bunga-bunga, kayu-kayuan, biji-bijian dan bahan-bahan yang bada di alam sekitar yang dapat dijadikan bahan baku parfume dengan cara diekstrak dengan beberapa metode penyulingan atau pun cara lainnya. Bahan-bahan tersebut adalah sumber wangi yang kita cium dan dapat ditemukan di berbagai tempat. Menggunakan parfume bisa dikatakan sudah sebagai gaya hidup atau kebiasaan seperti ini sudah dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat, parfume digunakan untuk memberikan keharuman dan kesegaran bagi penggunanya, selain itu wangi juga dapat memberikan aroma yang khas dari tubuh seseorang dan parfume juga dapat menambah kepercayaan diri penggunanya agar lebih terlihat pede dengan aroma tersebut sehingga dapat menghilangkan bau badan.

Saat ini banyak pelaku usaha yang membuka usaha parfume refill baik dari pengusaha yang berpengalaman maupun para pemula mulai dari kota-kota besar yang ada di Indonesia maupun daerah-daerah kecil yang ada di Indonesia kita dapat menjumpai mulai dari toko-toko kecil yang ada di pinggir jalan sampai dengan mall yang besar sekalipun, refill parfume banyak diminati oleh berbagai kalangan.

Aroma refill perfume yang wangi dan tahan lama serta memiliki kualitas yang bagus, akan membuat konsumen merasa puas, jika konsumen merasa puas dengan produk tersebut maka konsumen akan kembali datang untuk membeli perfume refill tersebut. Bibit perfume adalah perfume murni tanpa campuran alkohol dan ini membuat bibit perfume tidak perlu banyak dioleskan ke tubuh ataupun kepakaian untuk membuat tubuh kita menebarkan aroma yang harum dan segar. Digunakan sedikit saja aroma perfume tersebut sudah begitu kuat dan yang pasti lebih tahan lama diandingkan dengan perfume yang dicampurkan alkohol.

Hal ini yang membuat trend bisnis parfum berkembang sangat pesat di berbagai daerah terutama di kota-kota besar yang dimana banyak orang yang menampilkan dan mengutamakan dan memperhatikan merek mereka. Salsa perfume premium Batam adalah penyedia refill perfume premium yang ada di kota Batam dan berpusat di kota Batam yaitu bahan bibit premium perfume tersebut di distribusikan oleh PT. ATP DZAFIRAH JAYA MAKMUR yang berlokasi di Nagoya Garden Blok F No.14 Seraya, Batu Ampar, Kota Batam. Salsa perfume ini hadir dengan konsep standarisasi waralaba dengan menghadirkan pelayanan yang ramah terhadap pelanggan agar juga dapat menarik minat pelanggan yang ingin datang dan membeli perfume tersebut.

PT.ATP DZAFIRAH JAYA MAKUR menargetkan jangka Panjang memiliki 300 cabang di indonesia sebagai bisnis waralaba *parfume refill* dengan mengusung konsep retail modern yang menggunakan sistem kasir terintegrasi dan juga

menerapkan sistem *franchise*. Salsa *perfume* bahkan berjumlah 12 *outlet* yakni berada di berbagai daerah yang ada di Kota Batam yaitu di Kawasan Nagoya Hill, Botania, Batu Aji, Centre point, Muka kuning, Bida asri, Tiban centre, Tanjung Uncang, dan seraya. Unikny lagi dari 12 *Outlet* yang hadir sejak tahun 2012 yang lalu, ada salah satu outlet di daerah Bengkong hadir dengan Konsep *café*, ada juga penjualan dilakukan dengan menggunakan mobil berjalan jadi kami langsung menyediakan produk tersebut di dalam mobil dengan konsep agar para pelanggan lebih tertarik lagi dengan produk salsa tersebut dan juga memudahkan proses pembelian tanpa harus kesulitan. Agar tujuan tersebut dapat tercapai pihak perusahaan harus berusaha dan berupaya untuk tetap memberikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dari segi kualitas produk, harga dan promosi.

Kualitas produk adalah merupakan sarana *positioning* utama pemasar kualitas yang mempunyai dampak langsung pada kinerja suatu produk dan jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan sangat erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan (Wulandari & Iskandar, 2018: 13). Dalam penelitian ini melihat Kualitas produk pada awal salsa *perfume* ini berdiri masih banyak konsumen merasa apakah benar produk tersebut aman dan apakah konsumen dapat percaya begitu saja apa yang telah diinformasikan.

Harga menjadi sebuah pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yang ingin digunakan. Dengan begitu perusahaan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen yang akan menggunakan produknya. Menurut Cahyono (2018: 62). Harga yang ditawarkan masih tergolong mahal bagi sebagian besar konsumen sehingga

membuat konsumen berpikir lagi jika untuk membeli produk tersebut. Berikut adalah perbandingan harga produk dari Salsa perfume dengan produk pesaing lainnya:

**Tabel 1. 1** Perbandingan Harga Salsa perfume dan produk pesaingnya;

Ukuran botol per ml	Salsa perfume	D'sanas perfume
30 ml	198.000	165.000
35 ml	228.000	210.000
45 ml	293.000	300.000
50 ml	318.000	325.000
60 ml	378.000	365.000
100 ml	618.000	550.000

(Sumber : Data yang diperoleh, 2019)

**Table 1.1** menjelaskan bahwa perbandingan harga perfume murni tanpa alkohol pada ukuran botol 30 ml harga Salsa perfume merupakan harga yang tertinggi diikuti dengan d'sanas perfume, lalu pada ukuran perfume 35 ml Salsa perfume juga menempati posisi pertama dengan harga tertinggi dan diikuti dengan D'sanas perfume, namun pada ukuran 45 ml dan 50 ml D'sanas perfume merupakan harga tertinggi diikuti Salsa perfume, lalu pada ukuran 60ml dan 100 ml Salsa perfume lah yang merupakan harga tertinggi diikuti D'sanas perfume, dari daftar harga di atas harga Salsa perfume lebih dominan tinggi dari pada d'sanas perfume.

Promosi pada hakekatnya Keseluruhan kegiatan yang digunakan untuk menyampaikan dan mengkomunikasikan produk kepada pasar untuk memberikan

informasi kelebihan tentang produk tersebut. Promosi yang dilakukan oleh pihak salsa parfume dirasa sangat kurang atau menurun dalam intensitasnya mulai dari penyebaran brosur ataupun iklan yang ada di TV serta menjadi sponsor yang dilakukan, karna masih banyak juga konsumen pengguna parfume tidak tahu produk tersebut maupun penawaran diskon yang diberikannya, dengan begitu dirasa promosinya kurang berjalan untuk menarik minat konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian tersebut.

Refill parfume salsa sudah berdiri sejak 2012 sampai dengan saat ini. Berdasarkan data yang telah diperoleh dari refill parfume salsa peneliti dapat mengetahui data penjualan selama setahun yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1. 2 Data penjualan Tahun 2019**

<b>Bulan</b>	<b>Botol</b>	<b>Jumlah total (Rp)</b>
Januari	223	Rp 137.814.000
Februari	221	Rp 136.578.000
Maret	239	Rp 147.702.000
April	250	Rp 154.500.000
Mei	172	Rp 106.296.000
Juni	180	Rp 111.240.000
Juli	182	Rp 112.476.000
Agustus	195	Rp 120.510.000
September	198	Rp 122.364,000

Oktober	260	Rp 160.680.000
November	280	Rp 173.040.000
Desember	300	Rp 198.000.000

( **Sumber** : Data yang diperoleh, 2019)

Berdasarkan data penjualan januari 2019 – Desember 2019. Mengalami fluktuatif pada setiap bulannya terjadi penurunan juga kenaikan pada tahun 2019 yaitu pada bulan mei terjadi penurunan jauh yang hanya 172 botol dimana pada bulan sebelumnya april yaitu sebanyak 250 botol Dapat diketahui jumlah konsumen setiap bulannya dalam satu tahun. Menurut penelitian naik turunnya jumlah konsumen yang terjadi pada perusahaan karena adanya sistem yang kurang baik maupun kendala dalam kualitas produk, harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian refill perfume salsa.

Dengan apa yang terjadi pada saat ini yang dimana banyak orang berusaha memenuhi kehidupannya dengan menggunakan berbagai produk, salah satunya refill salsa perfume penulis tertarik untuk memilih parfume salsa sebagai objek penelitiannya untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian refill perfume salsa. Berdasarkan paparan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Refill Perfume salsa di Kota Batam”**

## 1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga yang di tawarkan masih terlalu tinggi dibandingkan komprtitor lainnya.
2. Pembeli meragukan kualitas dari salsa perfume.
3. Promosi yang ditawarkan di spanduk yang mereka keluarkan belum sesuai dengan apa yang mereka dapatkan ketika membeli.
4. Banyak juga kompetitor yang menjual jenis serupa dengan salsa perfume.

## 1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan dengan memeliti secara langsung ke toko tersebut ke salah satu cabang salsa perfume yang ada di daerah seraya
2. Meneliti ke pelanggan yang menggunakan produk tersebut dan mengapa mereka memilih produk tersebut.
3. Melakukan wawancara secara langung terhadap calon responden sebelum melakukan penelitian.
4. Penelitian ini difokuskan terkait keputusan pembeli untuk membeli perfume salsa.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas latar belakang masalah tersebut yang telah di kemukakan di atas maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh secara parsial variable kualitas produk terhadap keputusan pembelian refill perfume salsa di Kota Batam?
2. Apakah berpengaruh secara parsial variable harga terhadap keputusan pembelian refill Perfume salsa di Kota Batam?
3. Apakah berpengaruh variable promosi terhadap keputusan pembelian refill perfume salsa di Kota Batam?
4. Apakah Variabel kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian refill perfume salsa di Kota Batam?

#### **1.5 Tujuan penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian perfume salsa di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian salsa perfume di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian perfume salsa di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian Refill perfume salsa di kota Batam.



## 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Refill Perfume Batam sebagai berikut :

### 1.6.1 Manfaat teoritis

1. Dapat memberika pemahaman mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.
2. Dapat memberikan pemahaman Promosi apa saja yang di terapka oleh salsa perfume.
3. Dapat menbamah pustaka referensi untuk penelitian selanjutnya kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

### 1.6.2. Manfaat praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif untuk memahami karakteristik pembeli kepada perusahaan yang di teliti sehingga dapa menjadi pertimbangan dalam rangka menentukan strategi perusahaan salsa perfume terhadap keputusa pembelian.

2. Bagi Universitas putera batam

Hasil penelitian in bias menjadi referensi atau panduan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang mempunyai variable kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan dalam menambah wawasan ataupun menjadi referensi bagi peneliti sendiri.

4. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan bagi pembaca atau peneliti lain.