

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan bidang industri kosmetik di Indonesia semakin meningkat. Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan kinerja di farmasi, industri kimia dan obat tradisional (termasuk kosmetik) Pada saat adanya tekanan dampak dari pandemi Covid-19 mengalami kenaikan sebanyak 5,59% dan terus meningkat dimana banyak sektor industri yang mengalami penurunan. Industri kosmetik bisa tumbuh semakin besar karena semakin banyaknya konsumen yang peduli akan kesehatan kulit <https://skinsolution.co.id/blog/topic/267>. Beragamnya kosmetik dan perawatan diri baik dari dalam negeri maupun luar negeri yang beredar dipasaran membuat persaingan antar pasar industri semakin kompetitif.

Kosmetik adalah satu diantara produk-produk yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat sekunder. Produk kecantikan untuk sebagian perempuan merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan dan mempertahankan kecantikannya. Berdasarkan peraturan kepala badan POM RI Nomor 19 Tahun 2015 Kosmetik merupakan bahan ataupun sediaan yang dirancang khusus dipakai pada tubuh manusia bagian luar (rambut, kuku, epidermis, bibir serta organ genital bagian luar) ataupun gigi, paling utama digunakan untuk membersihkan, mengharumkan, mengubah penampilan serta menghilangkan bau badan, memelihara dan melindungi badan pada kondisi yang baik.

Menurut pendapat dari Trangono dalam (Briliani, 2016) ciri dari kosmetik yang aman yaitu dibuat dengan bahan dasar yang bermutu tinggi dan tidak mengakibatkan dampak yang negatif dan cocok dengan kulit pemakainnya. Perihal yang utama untuk kosmetik yaitu sudah terbukti secara klinis dan memiliki ijin layak edar dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Bersumber pada kegunaannya kosmetik dapat digolongkan menjadi dua bagian ialah kosmetik untuk riasan (Make Up) serta kosmetik untuk perawatan (Skin Care). Dalam memilih produk kosmetik wanita harus selektif sebelum digunakan sesuai dengan kebutuhannya.

Bisnis dengan kemampuan berkembang yang baik mempunyai ancaman khusus, seperti industri kosmetik, ancaman yang muncul adalah terdapatnya pengusaha yang ingin memperoleh keuntungan lebih dengan tindakan yang tidak baik. Semacam menambahkan bahan terlarang untuk pembuatan kosmetik. Tindakan ini bisa memberikan akibat yang kurang baik untuk pemakainya. Salah satu brand kosmetik lokal terbaru yang sudah memasuki pasar nasional serta internasional adalah KF Skin Care yang diproduksi oleh PT Neo Kosmetika Industri yang saat ini telah menembus pasar ekspor ke Malaysia, Hongkong, Taiwan serta Kamboja.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pembelian yang dihadapi oleh konsumen akhir diawali dari munculnya rasa butuh sampai setelah melakukan pembelian (Taan, 2017). Oleh sebab itu konsumen melakukan proses pemilihan satu dari sebagian alternatif penyelesaian masalah dengan sebuah tindakan yang nyata. Konsumen bisa memberikan penilaian setelahnya menentukan sikap yang akan diambil.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Heryubani, 2018) Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan perannya, meliputi ketahanan, kekuatan, kesesuaian, kemudahan operasi, pembenahan dan atribut yang bernilai lainnya. Kualitas produk berguna agar bisa menarik atensi konsumen maka setiap yang akan membeli atau menggunakan mengharapkan hasil sesuai harapan. Semakin meningkatnya perhatian mengenai kualitas produk terjadi sebab keluhan dari konsumen semakin lama berpusatkan pada kualitas yang kurang baik dari produk berdasarkan pada pekerjaannya ataupun dari bahannya. Harapan konsumen tentang peranan fungsi produk sebagaimana mestinya merupakan standar kualitas yang hendak dibandingkan dengan kegunaan ataupun kualitas produk yang sebenarnya dirasakan oleh konsumen. Konsumen akan mengurungkan niat untuk membeli produk skin care jika tidak sesuai dengan jenis kulitnya. Banyaknya kalangan wanita yang memakai produk skin care tidak memikirkan keamanan bagi kulit, asalkan hasil yang diperoleh meyakinkan seperti wajah menjadi lebih putih. Perihal ini nyatanya menjadi pilihan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Sementara itu tingkat keamanan suatu produk seperti bahan dasar untuk membuatnya adalah hal yang penting untuk diketahui konsumen saat akan melaksanakan keputusan pembelian.

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam rupiah untuk pertukaran atau transaksi ataupun sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan barang serta jasa (Shinta, 2011). Harga memunculkan banyak persepsi bagi konsumen. Konsumen pada umumnya

berpikiran bahwa produk yang mahal tentunya memiliki mutu yang pasti baik, kebalikannya bila dikategorikan murah dari pada produk sejenis memunculkan anggapan kualitas tersebut rendah. Ini bukan sebuah patokan terkadang hanya mementingkan laba yang didapatkan serta adanya pengambilan untung besar dari pada nilai dari sebuah produk tersebut. Harga ditetapkan terlalu tinggi akan beranggapan mahal padahal perlu diketahui bahwa terkadang jika ingin mendapatkan barang bagus dibutuhkan biaya tinggi. Konsumen harus selektif dalam melakukan keputusan pembelian agar uang yang digunakan transaksi pembelian mendapatkan manfaat dari produk itu sendiri.

Tidak hanya kualitas produk dan harga *Celebrity Endorser* bisa mempengaruhi konsumen dalam melakukan tindakan keputusan pembelian. Menurut Shimp dalam (Citra et al., 2020) *celebrity endorser* adalah penggunaan artis untuk dijadikan sebagai bintang iklan di media, mulai dari media cetak, media sosial, dan televisi. Penggunaan selebriti sebab atribut kesohorannya termasuk ketampanan, talenta, keberanian, kekuatan seta keanggunan dimana hal tersebut mewakili daya tarik sesuai dengan keinginan sebuah merek yang diiklankan. Penggunaan *Celebrity Endorser* bertujuan agar mampu berdampak pada keputusan pembelian.

Konsumen tertarik memakai suatu produk karena promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Penggunaan *celebrity endorser* merupakan salah satu cara untuk menarik konsumen dalam penjualan produk. *Celebrity endorser* mempunyai popularitas tinggi dalam masyarakat, selain terkenal dengan parasnya juga memiliki kemampuan komunikasi secara baik yang

menjadikannya daya pikat. Rayuan serta asumsi bahwa pengguna akan cantik layaknya selebriti dalam iklan membuat masyarakat akhirnya ikut menggunakan produk tersebut.

Beredarnya produk kecantikan di Ponorogo sudah berkembang, mulai dari munculnya klinik kecantikan yang menawarkan berbagai macam perawatan wajah (Hidayat, 2018). Toko online maupun offline yang menjual produk kecantikan (Rahayu, 2018). Dari banyaknya pilihan cara perawatan wajah setiap usaha mempunyai kualitas produk, harga serta *Celebrity Endorser* yang berbeda guna memunculkan minat dari konsumen melakukan keputusan pembelian. Dalam memilih suatu produk yang dibeli konsumen dipengaruhi dari keunggulan yang ditawarkan. Peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berfokus pada salah satu toko yang ada di Ponorogo yaitu Arlin Beauty.

Arlin Beauty merupakan distributor KF Skin Care beralamatkan di jalan Ki Ageng Kutu, Demangan, Kec. Siman Kab. Ponorogo. Didalam outlet tersebut terdapat beberapa produk Skin Care. KF Skin Care memiliki keunggulan dapat memutihkan dan mencerahkan wajah, mengatasi serta mengurangi permasalahan jerawat. Harga yang ditawarkan KF Skin Care bervariasi dan menggunakan *Celebrity Endorser* dengan bintang iklannya yang berganti-ganti seperti Amanda Manopo, Rizky Billar dan Baim Wong untuk mengiklankan produknya. Menurut (Sangadji dan Sopiah, 2013) Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya faktor internal meliputi persepsi, keluarga, motivasi, pengetahuan, sikap, umur dan gaya hidup. Faktor eksternal meliputi budaya, kelas sosial dan keikutsertaan.

Faktor situasional meliputi situasi komunikasi, situasi pembelian dan situasi penggunaan. Penelitian ini berfokus pada keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan *celebrity endorser*.

Sebagai observasi awal peneliti telah melakukan wawancara terhadap pengguna produk KF Skin Care. Putri (17 tahun) mengatakan bahwa ia menggunakan produk KF Skin Care namun setelah satu minggu menggunakan wajahnya malah berjerawat. Ia kemudian menghentikan pemakaian skin care tersebut karena merasa tidak cocok dengan produk tersebut. Pendapat kedua yaitu Maya (20 tahun) mengatakan bahwa setelah menggunakan produk KF Skin Care wajahnya justru memerah dan ia mengatakan bahwa harga yang ditawarkan tergolong mahal dimana saat ini ia berprofesi sebagai mahasiswa. Pendapat ketiga yaitu Tika (21 tahun) mengatakan bahwa setelah pemakaian KF Skin Care wajahnya berjerawat serta ia juga berpendapat harga produk KF Skin Care tergolong mahal.

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa masih ada beberapa konsumen yang kulitnya tidak cocok menggunakan produk KF Skin sehingga berpengaruh terhadap kualitas dari produk yang telah diberikan tidak sesuai harapan dari pengguna. Arlin Beauty memberikan jaminan uang kembali bagi konsumen yang tidak cocok menggunakan produk KF Skin Care. Selain itu adanya keluhan bahwa harga KF Skin yang ditawarkan sedikit lebih mahal dibanding produk skin care yang lain, hal tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan pengamatan peneliti menemukan bahwa di Arlin Beauty Ponorogo terdapat potongan harga berlaku bagi yang memiliki kartu member. Sedangkan KF Skin care sudah berupaya

menggunakan *celebrity endorser* yang sedang naik daun guna menarik minat konsumen untuk menggunakan produk karena iklannya. Berdasarkan dari uraian permasalahan yang ada di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengambil judul

“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kf Skin Care Di Arlin Beauty Ponorogo”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk KF Skin Care di Arlin Beauty Ponorogo?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk KF Skin Care di Arlin Beauty Ponorogo?
3. Apakah *celebrity endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk KF Skin Care di Arlin Beauty Ponorogo?
4. Apakah kualitas produk, harga dan *celebrity endorser* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk KF Skin Care di Arlin Beauty Ponorogo?
5. Diantara variabel kualitas produk, harga dan *celebrity endorser* manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk KF Skin Care di Arlin Beauty Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang telah disebutkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk KF Skin Care di Arlin Beauty Ponorogo
2. Mengetahi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk KF Skin Care di Arlin Beauty Ponorogo
3. Mengetahi pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian produk KF Skin Care di Arlin Beauty Ponorogo
4. Mengetahi pengaruh secara simultan antara kualitas produk, harga dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian produk KF Skin Care di Arlin Beauty Ponorogo
5. Mengetahui faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk KF Skin Care di Arlin Beauty Ponorogo

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

a. Bagi Peneliti

Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana, dan diharapkan untuk menambah pengetahuan serta wawasan bagi peneliti dan diharapkan dapat mempraktekkan teori yang didapat selama perkuliahan dan diterapkan pada realita yang ada pada lembaga atau instansi.

b. Bagi Universitas

Dalam penelitian yang dilakukan diharap dapat menambah referensi di perpustakaan dan bisa digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan pertimbangan bagi perusahaan terutama dalam pemilihan *celebrity endorser* baru agar ketertarikan konsumen untuk membeli tetap baik. Disamping itu, melalui penelitian ini Arlin Beauty Ponorogo dapat mengetahui permasalahan yang ada dan bisa dijadikan acuan untuk bertindak dalam rangka meningkatkan pembelian KF Skin Care.

d. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan sebagai bahan perbandingan serta pengembangan untuk melakukan penelitian sejenis.

