

BAB I

PENDAHULUAN

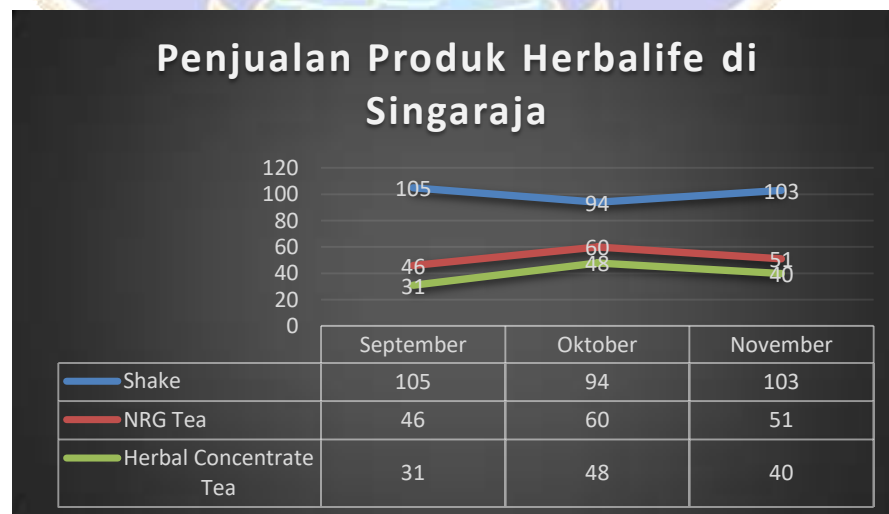
1.1. Latar Belakang

Upaya dalam menjaga kesehatan merupakan hal terpenting bagi setiap manusia karena mampu menunjang dan mendukung aktivitas yang dilakukan. Kesehatan dapat diartikan sebagai kekuatan daya imun tubuh setiap individu. Berbagai cara dilakukan agar mendapatkan kesehatan yang optimal. Pola makan dan minum merupakan salah satu aspek yang diperhatikan dalam upaya menyeimbangkan kesehatan pada tubuh. Oleh karena itu, jika individu memperhatikan kandungan gizi dari makanan yang akan dikonsumsi maka hal tersebut dapat menjaga sistem kekebalan tubuh setiap individu (Ughude, dkk, 2021). Produk yang mengandung nutrisi dan gizi dapat ditemukan dalam berbagai bentuk. Salah satunya yaitu berbentuk bubuk. *Nutrition shake* herbalife merupakan produk minuman herbal yang terbuat dari bahan alami berbentuk bubuk dengan kandungan protein, karbohidrat, serat, vitamin, dan mineral yang membantu meningkatkan asupan nutrisi seimbang serta sebagai makanan pengganti yang sehat untuk membantu proses pengolahan berat badan (menurunkan/menjaga/menaikan). *Nutrition shake* herbalife dapat dikonsumsi dari berbagai kalangan mulai dari anak muda, orang tua, ibu hamil, ibu menyusui, orang sakit, maupun sehat. Oleh karena itu, tidak sedikit individu memutuskan untuk memilih produk *nutrition shake* herbalife sebagai nutrisi kesehatan.

Keputusan pembelian merupakan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kongnitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keluarnya bisa berupa suatu tindakan (aksi) atau suatu opini terhadap pilihan. Keputusan pembelian terdapat beberapa tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. (Firmansyah, 2018). Keputusan Pembelian dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang diambil konsumen dalam usaha memenuhi kebutuhannya, dengan cara melakukan pembelian produk atau jasa. Keputusan pembelian merupakan langkah dalam pemecahan masalah untuk melengkapi kebutuhan pembeli (Sangadji dan Sopiah, 2013). Pengambilan keputusan pembelian produk dipengaruhi oleh budaya, faktor sosial, diri sendiri dan psikologis (Kotler dan Keller, 2012:173 dalam Saputri, 2016). Pada dasarnya keputusan pembelian suatu produk akan berpengaruh terhadap pola perilaku selanjutnya. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Suryaningtiyas (2022) menyatakan gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Laily (2021) menyatakan kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Ardiatama (2020) menyatakan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian terdahulu terkait dengan pengaruh positif variabel-variabel gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian membuktikan bahwa variabel tersebut memiliki peran penting terhadap suatu perusahaan. Perusahaan yang juga mengedepankan gaya hidup dan kualitas produk adalah

Herbalife. Herbalife merupakan perusahaan produk nutrisi dan kesehatan kulit dunia. Herbalife didirikan oleh Mark Hughes pada tahun 1980 dan berkantor pusat di Los Angeles, California. Herbalife masuk di Indonesia pada tahun 1998 dan berkembang hingga saat ini. Sistem pemasaran yang digunakan herbalife adalah *Multi Level Marketing* (MLM) dan dijalankan melalui *independent distributor*. *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan suatu cara penjualan yang mendistribusikan barang atau jasanya melalui jaringan oleh para *distributor*, dimana jalur distributor produk diperpendek dari produsen ke konsumen sebagai pemakai terakhir. *Independent distributor* adalah sebutan bagi para konsumen yang mendaftarkan diri kedalam keanggotaan PT Hetbalife untuk mendapatkan diskon 25% dari harga ritel. *Independent distributor* juga bisa meningkatkan hak diskonya yang ingin didapatkan mulai dari diskon 35% sampai dengan 50%. Herbalife menyediakan berbagai produk seperti *skincare*, minuman, teh, hingga wadah minuman.



Gambar 1. 1
Grafik Penjualan Produk Herbalife di Singaraja
(Sumber : *Independen Distributor* Lampiran 01)

Berdasarkan data penjualan produk herbalife di Kota Singaraja sejak awal September 2022 hingga akhir bulan November 2022 menunjukkan bahwa terjadi sedikit fluktuasi penjualan yang diperoleh oleh herbalife pada kategori *shake*, yang artinya keputusan pembelian oleh pelanggan herbalife cukup tinggi dibanding dengan kedua produk unggulan herbalife lainnya. Produk *shake* juga konsisten mendapatkan tingkat penjualan pada angka 105 unit di bulan September dan mengalami penurunan penjualan pada angka 94 unit di bulan Oktober namun produk *shake* berhasil memperoleh peningkatan penjualan kembali pada angka 103 unit di bulan November. Terjadinya kecenderungan fluktuasi penjualan produk herbalife di kota singaraja dapat disebabkan oleh pengaruh tingkat keputusan pembelian dalam berbelanja. Oleh karena itu perlu untuk mengetahui faktor-faktor pendukung keputusan pembelian produk *shake* herbalife di Singaraja.

Gaya hidup merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler & Kaller (2018) menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya (Sumarwan, 2017). Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan pada pelanggan herbalife didapat bahwa keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife adalah gaya hidup dimana konsumen ingin menurunkan berat badan dan menerapkan pola hidup sehat. Menurut (Kuncoro, 2020) semakin meningkat gaya hidup yang dilakukan oleh seseorang maka akan semakin tinggi keputusan

pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Patrikha (2021) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Izzani (2021) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fahira,dkk (2022) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal yang sama juga diperoleh oleh Ardista dan Wulandari (2020) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun penelitian yang lain yang dilakukan oleh Astuti dan Hasbi (2020) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tingginya keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh gaya hidup. Kualitas produk dapat mempengaruhi jalannya keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2014) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, kehandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat. Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan pada pelanggan herbalife didapat bahwa kualitas produk *nutrition sahake* herbalife memiliki rasa yang enak, memiliki 4 varian rasa, memberikan manfaat kesehatan seperti menjaga kesehatan jantung, mengontrol dan menurunkan berat badan, menurunkan kolesterol. Menurut Wahyuni dan Joesyiana

(2021) semakin baik kualitas suatu produk maka akan membuat konsumen semakin percaya dalam memilih produk tersebut dimana hal tersebut akan memicu terjadinya keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sahara dan Prakoso (2020) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Rukmini (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal yang sama juga diperoleh oleh Claudya dan Komariah (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun penelitian yang lain yang dilakukan Milano,dkk (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan pengaruh gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Ditambah adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya yang membuat peneliti tertarik untuk menguji kembali pengaruh gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Nutrition Shake* Herbalife Di Singaraja”**.

1. 2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka terdapat beberapa identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- 1) Adanya fluktuasi yang sedikit menurun pada penjualan produk *shake* herbalife pada periode 3 bulan (September, Oktober, November)
- 2) Adanya kesenjangan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa keputusan pembelian tidak selalu berpengaruh dengan gaya hidup dan kualitas produk.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan untuk memfokuskan pada masalah yang akan diteliti. Untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas dan berdasarkan identifikasi masalah yang telah di paparkan diatas, maka peneliti membatasi variabel penelitian yang hanya terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Gaya hidup dan kualitas produk sebagai variabel bebas, kemudian keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja ?
- 2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja ?
- 3) Apakah gaya hidup dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Menguji pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja.
- 2) Menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja.
- 3) Menguji pengaruh gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- 1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperdalam pemahaman tentang ilmu pengetahuan khususnya bidang manajemen pemasaran yang berhubungan dengan gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

- 2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan melalui informasi yang didapat dari penelitian ini, mengenai pengaruh gaya hidup dan kualitas produk dalam mengambil keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife.