

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Lakang Belakang

Kecantikan merupakan kebanggaan bagi wanita terutama kaum milenial seperti sekarang ini yang selalu berusaha agar bisa tampil cantik dan menarik. Berbagai macam cara yang dilakukan oleh seseorang agar mendapatkan kecantikan yang diinginkan mereka. Skincare merupakan salah satu alternatif bagi seseorang untuk mempercantik dirinya. Seseorang dapat menggunakan skincare sesuai budget dimiliki. Semakin tinggi budget seseorang maka kualitas skincare yang dipakai juga semakin baik, serta menjadi suatu kebutuhan sekunder untuk para wanita mempercantik diri dan untuk menunjang penampilan. Di masa sekarang ini skincare telah menjadi suatu trend dikalangan remaja terutama bagi wanita.

Manfaat skincare yaitu mampu menjaga dan melindungi kulit agar senantiasa sehat dan mampu mengatasi masalah pada kulit yang dimana terdapat kandungan bahan-bahan aktif didalam produk skincare tersebut. Untuk mendapatkan hasil dan manfaat yang ada dalam sebuah produk skincare seseorang bisa memiliki skincare yang aman untuk digunakan dan sesuai dengan kebutuhan dan jenis kulit.

Salah satu jenis produk skincare yang rame digunakan saat ini adalah skincare scarlett, karena skincare scarlett sudah terdaftar di BPOM yang dimana

produk yang dihasilkan merupakan produk kecantikan lokal berupa skincare yang di keluarkan pada tahun 2017 oleh artis ternama Indonesia Felicya Angelista. Scarlett termasuk produk skincare terlaris pada tahun 2022, produk yang di tawarkan pada iklan maupun promosi diklaim mampu menghasilkan efek yang mencerahkan pada kulit tubuh berdasarkan *review-review* yang dilakukan oleh *beauty endorses* pada sosial media dan produk scarlett mampu menyediakan apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga scarlett mampu memicu minat beli konsumen. Konsumen produk scarlett cenderung tertarik pada produk yang memiliki kualitas yang bagus dan terpercaya yang dapat menerangkan komposisi dan manfaat secara lengkap dari kualitas produk, kemasan, dan juga harga yang murah.

Kualitas produk dan harga berperan penting terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Dikalangan mahasiswa produk scarlett whitening ini banyak diminati oleh mahasiswa di mana mahasiswa memilih produk scarlett dikarenakan produk tersebut sedang menjadi trenn dikalangan beauty vlogger yang memberikan *review-riview* bahwa produk scarlett tersebut memiliki kualitas bagus dan memberikan hasil yang maksimal sesuai dengan apa yang diharapkan mahasiswa, selain itu bisa di bilang harga terbaik dengan harga termurah sebesar Rp.75.000.00, meski demikian namun produk skincare scarlett ini memiliki kualitas yang tinggi. Strategi penempatan harga scarlett whitening dapat menerapkan harga yang sama diseluruh Indonesia. semakin baik kualitas produk kecantikan maka kecenderungan konsumen membeli produk tersebut juga meningkat. Menurut Hakimi, dkk., (2015) memaparkan bahwa perilaku konsumen sangat berkaitan dengan tindakan pengambilan keputusan pembelian baik yang

dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi.

Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam mengambil keputusan tersebut untuk dilakukan, sehingga pelaku usaha harus teliti dalam melihat factor-faktor apa saja yang harus di perhatikan. konsumen akan semakin selektif dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya (Ria, dkk., 2014).

Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk berkaitan erat dengan perilaku konsumen (Punarbawa & Suwena, 2021). Menurut Desiani, dkk., (2016) menjelaskan bahwa Faktor untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, dan biaya/kemudahan pada produk yang dipasarkan dimasyarakat. Pada penelitian ini, faktor-faktor yang di fokuskan sebagai variabel penelitian pada variabel keputusan pembelian adalah kualitas produk dan harga (Joshua & Padmalia, 2016). Kualitas produk merupakan sebuah pertimbangan dalam pembelian, sehingga kualitas pada produk harus di tingkatkan agar keputusan terhadap pembelian semakin meningkat (Triyanti & Prastyani, 2020). Menurut Tannia & Yulianthini, (2021) menjelaskan bahwa faktor yang mempunyai dampak langsung dan sangat berdampak terhadap keputusan pelanggan saat melakukan aktivitas pembelian. Menurut Khairunnisa & Suwena, (2023) menjelaskan bahwa kualitas produk akan menginspirasi lebih banyak kepercayaan konsumen pada kemampuan mereka untuk menggunakan kembali. Apabila kualitas produk buruk dan tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka hal itu dapat menjadikan produk tersebut ditolak dan tidak diminati dipasar. Sedangkan, harga merupakan nilai tukar yang bisa

disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang di peroleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga menjadi penentu konsumen sehingga dapat menentukan keputusannya untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa yang diinginkannya. Harga juga dapat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Maulidya dkk, 2021)

Produk scarlett whitening mempunyai tingkat penjualan yang tinggi, hal tersebut menunjukkan dimana produk scarlett memiliki suatu brand yang berpotensi untuk industry kecantikan karena telah berhasil mencapai 56,6% pada tahun 2020 dan pada tahun 2021 penjualan scarlett whitening mengalami penurunan menjadi 30,8% kemudian pada tahun 2022 scarlett whitening mengalami kenaikan penjualan, dimana mengalami kenaikan penjualan sehingga mencapai 131,07%.

Di Universitas Pendidikan Ganesha, khususnya mahasiswa jurusan Ekonomi dan Akuntansi, produk Scarlett Whitening juga menunjukkan tingkat popularitas yang tinggi. Mahasiswa cenderung memilih produk Scarlett karena sedang menjadi tren di kalangan beauty vlogger yang memberikan review positif mengenai kualitas dan hasil maksimal dari produk tersebut. Berdasarkan hasil observasi awal, yang telah dilakukan terhadap beberapa mahasiswa jurusan ekonomi dan akuntansi, maka didapatkan informasi bahwa mahasiswa yang berminat menggunakan produk scarlett dengan jumlah presentase sebanyak 87% dengan persepsi konsumen bahwa scarlett whitening sudah dapat meyakinkan konsumen dengan kualitas yang dimilikinya sekarang ini. Mahasiswa tertarik dengan menggunakan produk scarlett karena mereka tertarik dengan iklan di media

sosial atau media masa sebanyak 90,6% dan mahasiswa menggunakan produk scarlett ini karena kualitas produk scarlett yang bagus dan wangi. Jadi mahasiswa jurusan ekonomi dan akuntansi banyak yang menggunakan produk scarlett sebanyak 95,8%. Dengan membeli produk yang berkualitas dapat memenuhi harapan yang diinginkannya. Jika kualitas produk yang ditawarkan meningkat, maka harapan keputusan pembelian juga ikut meningkat.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka penulis merasa penting untuk melakukan penelitian mengenai sejauh mana pengaruh kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti kembali pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk scarlett pada mahasiswa jurusan ekonomi dan akuntansi (universitas Pendidikan ganesha).

1.2 Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah dipaparkan di atas, sehingga dapat diidentifikasi beberapa permasalahan diantaranya

1. Terjadinya peningkatan penjualan produk scarlett pada tahun 2023
2. Semakin beragamnya produk skincare yang memiliki kualitas produk yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen yang ditawarkan
3. Terjadinya ketidak konsistenan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembeli.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penelitian ini difokuskan pada objek penelitian hanya fokus pada produk Scarlett dan dalam penelitian ini

untuk menarik pembeli hanya fokus pada variabel Kualitas Produk dan Harga.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka beberapa masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut.

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening pada mahasiswa jurusan ekonomi & akuntansi universitas pendidikan ganesha?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening pada mahasiswa jurusan ekonomi & akuntansi universitas pendidikan ganesha?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening pada mahasiswa jurusan ekonomi & akuntansi universitas pendidikan ganesha?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan peneliti melakukan penelitian ini untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut.

- 1.5.1 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Scarlett.
- 1.5.2 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Scarlett.
- 1.5.3 Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Scarlett.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan manfaat penelitian adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan terutama dalam menciptakan keputusan pembelian melalui persepsi kualitas produk dan harga. Selain itu penelitian ini dapat juga digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam menciptakan keputusan pembelian.

3. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat guna memperdalam lagi mengenai penelitian ilmiah dan menambah pengetahuan penulis mengenai kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi universitas

Penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang dapat dijadikan saran dalam memberikan yang bermanfaat bagi universitas pendidikan ganesha.

c. Bagi mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi mahasiswa lain dalam membeli suatu produk yang dibutuhkan.