

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia saat ini tergolong sangatlah baik. Hal ini disebabkan karena kaum wanita semakin sadar pentingnya kosmetik dalam kegiatan sehari – hari, serta tuntunan seorang wanita untuk berpenampilan menarik. Kondisi tersebut menyebabkan produsen kosmetik saling bersaing ketat menciptakan dan menawarkan produk yang mampu memenuhi ekspektasi para calon pembeli.

Salah satu merek kosmetik yang cukup populer adalah *make over*. *Make Over Cosmetics* adalah brand lokal dengan segala terobosan yang merupakan kosmetik terpercaya yang berkembang sesuai perubahan kebutuhan setiap konsumennya. *Make Over Cosmetic* menyediakan berbagai jenis produk yang telah terbukti menjadi pilihan utama *makeup* artist, baik untuk penggunaan sehari – hari, untuk kebutuhan panggung, komersial (*fashion runaway*, acara TV, majalah pemetretan, konser music, dan lain – lain). Kosmetik *Make Over* mengeluarkan produk yang bermacam – macam diantaranya adalah *make over ultra cover liquid matt foundation*, *make over ultra himatte lipstick*, *make over perfect cover way cake*, *make over hydration serum*, *make over eye shadow palette*, *make over silky smooth translucent powder*, *make over intense matte lip cream*, dan *make over comoyflage cream face concealer* (perfectbeuty.id/369_make-over).

Sebagian konsumen dalam membeli produk menginginkan kualitas yang baik, artinya bahwa produk yang dibeli memiliki manfaat yang sesuai dengan harapan konsumen. Contohnya, pada produk kosmetik konsumen berharap produk kosmetik yang digunakan aman bagi kulit. Khusus untuk kosmetik dan obat – obatan perusahaan wajib mencatumkan keterangan di kemasan produk yang berhubungan dengan produk yang di jual. Keterangan yang dicantumkan terkait komposisi, cara penggunaan, manfaat produk, masa berlaku produk serta

keterangan bahwa produk telah aman dan diperiksa oleh Badan Pengawasan Pangan, Obat dan Kosmetik (BPPOM).

Menurut Handoko (2013:16) kualitas produk adalah suatu kondisi penilaian dari sebuah barang sesuai dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Isnaini, Susanto dan Rimiayati (2018), dan juga hasil penelitian Anggraini, Hidayat, dan Sunarti (2019) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas produk, citra merek juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk. Menurut Defi (2017 : 109) citra merek dapat dipercaya oleh semua kalangan dengan kepercayaan pada produk tersebut sehingga konsumen mempunyai rasa ingin membeli. Semakin baik merek maka konsumen akan semakin percaya sehingga hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian. Pada dasarnya konsumen akan membeli produk ketika sudah banyak yang mempercayai sebuah merek dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Soewito (2013) dan Fatmala (2018) bahwa citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data di Toko Sumber Mas , karena toko sumber Mas merupakan salah satu toko kosmetik yang lengkap di Madiun, sehingga judul penelitian ini adalah : **Pengaruh Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Kosmetik Make Over (Studi Empiris Pada Konsumen di Sumber Mas Kota Madiun).**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen kosmetik *make over* ?
2. Apakah citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen kosmetik *make over* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen kosmetik *make over*.
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh positif citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen kosmetik *make over*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini adalah memberikan tambahan wacana yang menunjang mengenai pembuktian empiris dari adanya pengaruh keputusan pembelian, kualitas produk melalui citra merek, serta keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian suatu produk.

2. Manfaat Bagi Konsumen

Penelitian ini dapat menggunakan kosmetik *Make Over* dalam jangka panjang dan bersedia merekomendasikan kepada konsumen yang belum menggunakan kosmetik *Make Over*.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini, sistematika penelitian pada umumnya disusun sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori kualitas produk, merek, citra merek dan keputusan pembelian, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka konseptual.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, identifikasi, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik penyampelan, dan analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan, keterbatasan dan saran – saran.