

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di masa perkembangan zaman sekarang ini, banyak wanita yang berusaha mempercantik dirinya dengan merawat kulit dan wajahnya. Salah satu yang dilakukan kebanyakan wanita dalam merawat kulit dan wajahnya adalah dengan menggunakan produk *skincare* dan *bodycare*. Penggunaan *skincare* dan *bodycare* dapat mendukung tingkat kepercayaan diri wanita, karena kulit dan wajah menjadi sehat dan terawat, dalam memilih produk *skincare* dan *bodycare* harus dengan teliti dan hati-hati.

Pada pertumbuhan teknologi saat ini, kecantikan telah menjadi kebutuhan dasar apalagi untuk kalangan perempuan, yang menjadi target utama dari industri kecantikan. Pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia juga terus bertambah pesat, produk kecantikan kian jadi tren di kalangan warga Indonesia, tidak hanya kaum hawa yang berusia muda yang pantas memakai produk-produk *skincare* dan *bodycare* para laki-laki juga memerlukan produk tersebut karena fungsinya untuk merawat kulit agar sehat.

Perkembangan dalam bidang industri kecantikan sangat berperan penting dalam perawatan diri saat ini, sehingga banyak jenis-jenis produk yang di pasarkan, yang pada akhirnya memposisikan pemasar seperti mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Kegiatan pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia usaha, mengingat orientasinya terhadap pelanggan. Keadaaan dunia usaha berubah dinamis seiring dengan perubahan selera pelanggan, kebutuhan pelanggan yang terus meningkat, menjadi peluang bisnis. Hal tersebut

menjadi dasar pemikiran para pelaku bisnis untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Pertumbuhan bisnis yang terus berkembang di Indonesia merupakan tantangan bagi setiap pengusaha untuk bersaing memperebutkan pelanggan dengan menyediakan tempat khusus produk *skincare* yang dibutuhkan konsumen. Salah satu tempat yang menjual berbagai produk *skincare* dan *bodycare* yaitu Hijrah Store. Hijrah Store adalah dimana sebuah toko yang berfokus pada produk kosmetik dan perawatan kecantikan yang sesuai dengan kebutuhan Pelanggan. Banyaknya pilihan yang tersedia di pasaran membuat pelanggan lebih mudah dalam menentukan pilihan tempat berbelanja.

Hijrah Store sebagai salah satu toko yang berada di Lhokseumawe, hadir dengan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Namun, dalam menghadapi persaingan yang pesat, penting bagi Hijrah Store untuk memahami faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Toko ini tidak hanya menawarkan berbagai macam produk tetapi juga berupaya memberikan layanan terbaik dan harga yang kompetitif. Dalam dunia yang penuh dengan pilihan, konsumen sering dihadapkan pada berbagai pertimbangan sebelum membuat keputusan pembelian. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko Hijrah.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Hijrah Store adalah kelengkapan produk. Untuk menarik konsumen agar membeli beberapa produk di toko hijrah store. Toko tersebut harus memiliki di antaranya seperti variasi produk yang lengkap, termasuk variasi jenis produk yang dijual, standar merek populer, jenis dan ukuran kemasan produk Menurut (Ambarwati et

al., 2020) “ Kelengkapan produk adalah kegiatan pembelian barang dari tempat lain atau kombinasinya untuk disediakan ke toko dalam jumlah, waktu, dan harga yang tepat untuk mencapai tujuan toko atau perusahaan. Kelengkapan produk berperan penting dalam membangkitkan minat konsumen. Ketika pelanggan mengunjungi Hijrah Store, mereka dapat menemukan produk yang mereka butuhkan di satu tempat, semakin lengkap dan beragam produk yang ditawarkan di toko tersebut, semakin besar kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian. Memang benar, pelanggan merasa puas apabila mereka dapat dengan mudah menemukan apa yang mereka cari di hijrah store. Kelengkapan produk tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian tetapi juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa produk yang dicarinya tersedia di toko Hijrah akan merasa puas dan lebih cenderung akan kembali lagi ke toko tersebut. Kepuasan yang tinggi menciptakan loyalitas pelanggan, bila pelanggan merasa puas, mereka pun akan merekomendasikan Toko Hijrah kepada pelanggan lain, sehingga citra dan popularitas toko tersebut pun terus meningkat.

Menurut Aulianiar (2020), dalam penelitiannya menyebutkan bahwa kelengkapan produk yang ditawarkan mempengaruhi minat beli konsumen hal ini menerangkan bahwa semakin lengkap produk yang ditawarkan maka memberikan pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Kualitas Pelayanan, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan serta ketepatan waktu dalam memenuhi harapan pelanggan. Layanan pelanggan dapat menjadi citra positif suatu perusahaan dapat

membantu membangun merek dan membuat perusahaan menonjol dari pesaing bisnis lainnya. Memberikan kualitas pelayanan pelanggan yang baik merupakan upaya untuk menjaga loyalitas pelanggan dan tingkat pembelian (Khumairoh et al., 2024).

Kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting untuk diperhatikan dalam bisnis. Kualitas pelayanan pelanggan di Hijrah Store pelanggan selalu dapat menilai apakah kualitas layanan baik atau tidak. Dan pelanggan juga akan menilai kualitas layanan dengan membandingkan layanan yang mereka terima dengan layanan yang mereka harapkan. Apabila Hijrah Store memberikan kualitas pelayanan yang baik maka kemampuan untuk menarik konsumen baru agar menjadi pelanggan yang tetap akan sangat mudah dan cepat, karena toko tersebut sudah dikenal dengan citra yang baik. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan buruk dan harapan serta ekspektasi mereka tidak terpenuhi, maka akan berdampak buruk terhadap bisnis itu sendiri. Oleh karena itu, Hijrah Store selalu memberikan layanan yang baik serta membuat pelanggan puas dengan layanan yang mereka berikan dan juga Hijrah Store mempunyai karyawan yang ramah dan paham akan produk-produk yang mereka pasarkan membuat karyawan mudah untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

Kualitas layanan ini akan mendatangkan hasil yang optimal terhadap perilaku bisnis dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan di toko Hijrah Store. Kualitas pelayanan menjadi salah satu pilar utama dalam keputusan pembelian di Hijrah Store. Dengan menyediakan layanan berkualitas, Hijrah Store tidak hanya dapat menarik pelanggan baru tetapi juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman

berbelanja yang menyenangkan dan pada akhirnya mendorong pelanggan untuk kembali berbelanja di Hijrah Store. Menurut Laila dan May (2022), dalam penelitiannya menyebutkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Harga. Harga merupakan komponen bauran pemasaran yang menghasilkan penjualan pada suatu bisnis. Tujuan bisnis adalah menentukan harga secara akurat jika pelanggan menginginkan produk, atau bahkan jika produk tersebut adalah barang utama yang mereka butuhkan. Hubungan antara harga dan perilaku konsumen adalah jika harga lebih tinggi, keputusan konsumen untuk membeli semakin rendah sebaliknya, jika harga lebih rendah, keputusan konsumen untuk membeli semakin tinggi. Faktor harga adalah merupakan faktor krusial dalam menentukan nilai suatu produk, sebuah faktor penting dalam menentukan nilai suatu produk. Apabila harga-harga yang ditawarkan lebih terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk, maka pelanggan akan lebih tertarik dan ingin kembali lagi.

Sebaliknya, jika pelanggan merasa harga-harga yang ditawarkan terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, mereka tidak akan membeli karena harga yang ditawarkan terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan kebutuhan mereka. Sebab itu, harga merupakan faktor penting dalam menentukan seberapa bagus barang yang di pasarkan dalam suatu toko atau perusahaan. Dalam Hijrah Store harga merupakan salah satu kunci utama dalam keputusan pembelian pelanggan, toko hijrah store memiliki harga yang sangat murah dibandingan dengan toko kosmetik lainnya, tetapi sesuai dengan kualitas produk yang hijrah

store berikan. Hijrah Store lebih sering mengadakan promosi bahkan hampir setiap bulan Hijrah Store memberikan promo yang sangat besar sehingga banyak pelanggan yang tertarik untuk membeli produk di toko tersebut. Oleh itu, pelanggan sangat sensitif terhadap harga saat memilih untuk membeli suatu produk atau layanan, terutama jika itu adalah kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan pokok, serta kebutuhan sehari-hari lainnya.

Menurut Anisa et al., (2023) keputusan akhir dimana konsumen melakukan pembelian *Ms Glow* menandakan bahwa harga jual dari distributor di rasa masih bisa dijangkau oleh konsumen. Bagi konsumen yang sudah pernah membeli produk *Ms Glow* maka persepsi mereka dalam penelitiannya menyebutkan bahwa harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini sangat penting bagi pemilik bisnis karena mereka dapat menawarkan harga yang lebih rendah dengan kualitas yang sebanding, atau bahkan harga yang lebih tinggi (Maulana & Ali, 2024). Oleh sebab itu, Hijrah Store selalu mengadakan promo untuk menarik pelanggan. Seperti promo beli satu gratis satu dan Hijrah Store membuat *member card* untuk pelanggan yang sering membeli produk ditoko tersebut gunanya untuk atas harga tidak lagi menjadi masalah karena kesesuaian dengan manfaat produk yang telah mereka dapatkan berdasarkan pengalaman sebelumnya.

Sekalipun harga secara nyata mengalami kenaikan, namun jika manfaat yang mereka peroleh tidak berkurang, maka konsumen tetap akan melakukan pembelian, dengan asumsi pendapatan mereka pada saat yang sama tidak mengalami penurunan. Menurut Susanto (2021), mengumpulkan point serta dapat

di tukarkan dan mendapatkan potongan harga, ini bisa menjadi daya Tarik pelanggan untuk terus membeli di Hijrah Store.

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 responden di Hijrah Store Kota Lhokseumawe, mayoritas pelanggan menunjukkan kepuasan dalam keputusan pembelian. Terhitung sebanyak 30 responden menyatakan sangat setuju lebih memilih berbelanja di Hijrah Store dibanding toko lain karena kelengkapan produk, pelayanan yang baik, dan harga yang terjangkau. Bahkan, seluruh responden merasa puas dengan keputusan membeli produk di toko tersebut. Dari sisi kelengkapan produk, 25 responden menyatakan sangat setuju bahwa produk di Hijrah Store sudah lengkap. Namun, dalam hal variasi produk, hanya 20 responden yang merasa puas, menunjukkan bahwa Hijrah Store masih perlu meningkatkan keragaman produk yang ditawarkan.

Untuk aspek pelayanan, 20 responden menganggap staf memahami produk yang dijual, sementara 18 responden menilai staf cukup ramah. Meski mayoritas memberikan penilaian positif, masih ada sekitar 12 responden yang merasa pelayanan belum maksimal, terutama dalam hal keramahan staf. Sedangkan dari sisi harga, 19 responden menilai harga di Hijrah Store lebih murah dibanding toko lain, dan 22 merasa toko ini sering memberikan diskon dan promosi. Namun, masih terdapat sebagian kecil yang berpendapat sebaliknya. Secara keseluruhan, Hijrah Store dinilai cukup unggul dalam hal kelengkapan produk dan harga. Namun, diperlukan peningkatan dalam variasi produk serta kualitas pelayanan, khususnya pada sikap ramah dari staf, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Terdapat hubungan yang signifikan antara kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian di Hijrah Store. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang mengukur kelengkapan produk yang lengkap memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya secara praktis, kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh Aulianiar (2020). Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan seperti keramahan karyawan, kecepatan layanan, yang menjadi faktor penting yang mendorong konsumen dalam mengambil Keputusan pembelian Menurut Laila dan May (2022). Harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang dilakukan oleh Susanto (2021), memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap Keputusan pembelian pada Hijrah Store”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Hijrah Store?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Hijrah Store?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Hijrah Store?

4. Apakah kelengkapan produk, Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Keputusan pembelian pada Hijrah Store?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kelengkapan produk terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Hijrah Store.
2. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Hijrah Store.
3. Untuk mengetahui Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Hijrah Store.
4. Untuk Kelengkapan Produk, Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Keputusan pembelian pada pembelian pada Hijrah Store.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, hasil penelitian di harapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam aspek keilmuan khususnya bidang ilmu manajemen pemasaran, melalui metode dan pendekatan baru yang ditujukan untuk mendukung teori pengaruh kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi para pelaku pemasaran untuk dapat mengetahui perilaku konsumen yang

berbelanja sehingga dapat merancang strategi pemasaran yang lebih baik di masa mendatang agar dapat menciptakan fenomena pembelian yang lebih baik dan mempertahankan keloyalan para konsumen.