

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### Latar Belakang

Perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era zaman sekarang ini sangat banyak meningkatnya gaya hidup masyarakat Indonesia untuk membuat penampilan yang cantik dan sempurna, maka semakin banyak pula masyarakat yang membutuhkan kosmetik. Hal ini menyebabkan para produsen kosmetik bersaing secara ketat dalam memperebutkan market share (pangsa pasar) yang ada. Dengan kondisi persaingan yang sangat ketat dari produsen kosmetik, menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk membeli kosmetik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kondisi semacam ini mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa masyarakat menjadi semakin kritis dalam memilih modiste. Sifat kritis tersebut dicirikan antara lain masyarakat menginginkan pelayanan selengkap mungkin produk yang berkualitas, citra produk, model yang lebih seragam dan fasilitas yang memuaskan yang semuanya terdapat dalam satu modiste.

Kosmetik merupakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan. Seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial dimata masyarakat. Seiring perkembangan zaman, kosmetik seolah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian kaum wanita. Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagiseorang wanita. Kesehariannya wanita tidak lepas dari kosmestik.

Salah satu merek kosmetik lokal yang mencuri perhatian dari awal kemunculannya adalah kosmetik You yang merupakan merek kosmetik lokal yang pertama kali memperkenalkan *Unique. You* diformulasikan dengan ketahanan *make up* sepanjang hari yang ditujukan untuk wanita Indonesia

yang aktif.

Sejak awal tahun 2018 perilsan kosmetik You sudah mampu mencuri perhatian para kaum hawa, karena selain memiliki produk kosmetik yang diklaim memiliki kualitas premium, merek satu ini jugamenawarkan varian kosmetik yang sedang meningkat pada para kaum wanita saat ini. Sehingga industri kosmetik yang semakin berkembang menyebabkan kompetisi diantara pelaku industri ini juga semakin ketat, sehingga para produsen kian aktif berusaha memikat konsumen agar bisa memenangkan persaingan, (Erdalina dan Nita 2015).

Tentunya hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki permintaan yang tinggi terhadap produk kosmetik sehingga hal ini membuat sebuah hal yang positif bagi perkembangan Kosmetik *You* di Indonesia. Selanjutnya, data diatas menunjukkan bahwa produk kosmetik *You* sangat diminati. Berikut adalah daftar kosmetik berdasarkan data *top brand index* produk kosmetik *You* dari katagori perawatan pribadi tahun 2023 antara lain:

**Tabel I.1**  
***Top Brand Index* Katagori Perawatan Pribadi 2022**

Brand	Katagori perawatan pribadi	
	Lipstik	TBI
You	27.2%	TOP
Maybelline	15.8%	
Revlon	8.8%	
Pixy	2.8%	
Viva	2.4%	
<b>BB Cream</b>		
You	25.7%	TOP
Garnier	16.3%	
Maybelline	13.2%	
L'oreal	8.3%	
Olay	7.8%	
<b>Blush On</b>		
You	26.6%	TOP
Maybelline	14.0%	
Latulipe	7.6%	
Revlon	5.3%	
Oriflame	2.0%	
<b>Bedak Wajah</b>		
Marcks	24.4%	TOP
You	20.2%	
Pigeon	17.4%	
Maybelline	12.8%	
Pixy	8.5%	

Bedak Muka Padat		
You	27.7%	TOP
Pixy	11.4%	
Make Over	10.2%	
Maybelline	6.8%	
Caring	4.3%	
Viva	3.3%	

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) 2022

Dari Tabel 1.1 diatas dapat kita lihat pada tahun 2023 bahwa produk You menduduki peringkat ke-2 persentase *Top Brand Index* pada lipstik sebesar 15.8%, pada *BB Cream* You menduduki peringkat ke-3 yaitu sebesar 13.2%, dan pada *Blush On You* menduduki peringkat ke- 2 yaitu sebesar 14.0%, pada *Bedak Wajah* You menduduki peringkat ke bawah dengan persentase 12.8% dan juga *Bedak Muka Padat* You menduduki peringkat ke bawah dengan persentase 6.8%, maka dapat disimpulkan bahwa dari beberapa katagori perawatan pribadi produk You tidak lebih unggul dari produk-produk yang lain.

Kosmetik you juga menjadi kosmetik yang khususnya bagi remaja saat ini. Pemilihan kosmetik You ini tentunya merupakan sebuah keputusan pembelian dari konsumen. Salah satu produk Kosmetik yang saat ini cukup diminati oleh generasi adalah produk Kosmetik *You*, Kosmetik merupakan sebuah produk Kosmetik yang berasal dari indonesia. Kosmetik *You* saat ini lebih dipliih karena memiliki beberapa macam produk, dan tentunya harganya lebih terjangkau dibandingkan dengan produk kosmetik lainnya.

Keputusan pembelian merupakan proses seorang konsumen dalam mengenali masalahnya, mencari informasi mengenai suatu produk atau merek tertentu serta melakukan evaluasi seberapa baik dari masing- masing alternatif untuk memecahkan masalahnya dan kemudian mengarah pada keputusan pembelian (Nursavira & Nurainun, 2022).

Keputusan pembelian produk kosmetik you tentunya juga terjadi di kalangan remaja. Hal ini berdasarkan hasil survei awal penulis yang mendapati bahwa ada remaja yang menggunakan kosmeti you dan lebih memilih menggunakan kosmetik you dibandingkan lainnya. Hasil survei awal peneliti dapat dilihat di bawah ini:



Sumber: Hasil survei awal(2024)

**Gambar 1.1 Survei Awal Peneliti**

Berdasarkan survei tersebut mendapati bahwa dari 30 responden yaitu pengunjung toko bintang kosmetik kuta binje aceh timur bahwa 24 diantaranya menggunakan *kosmetik you* sedangkan 6 lainnya tidak menggunakan *kosmetik you*. Hal ini menunjukkan bahwa banyak yang menggunakan *kosmetik you* dibandingkan dengan produk lainnya sehingga hal ini menguatkan bahwa keputusan pembelian terhadap Kosmetik *You* cukup baik.

Tentunya keputusan pembelian *kosmetik you* tersebut diyakini dipengaruhi oleh beberapa faktor, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Fellysia & Simamora, 2023) menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek, dan Harga. Akan tetapi untuk menjadi sebuah perbedaan dari penelitian, peneliti menambah faktor lainnya yaitu kualitas produk, sebagaimana menurut (Latifah & Maskur, 2023) faktor kualitas produk merupakan hal yang penting dalam melakukan keputusan pembelian.

Citra merek adalah kepercayaan dan keyakinan pelanggan tentang suatu produk atau jasa yang telah tertanam dibenaknya. Citra merek yang kuat akan mempengaruhi lebih banyak orang untuk melakukan keputusan pembelian, karena merek adalah salah satu kunci keyakinan yang dapat dijadikan alasan konsumen melakukan pembelian suatu produk (D. P. Lestari &

Widjanarko, 2023). perkembangan sehingga hal ini dapat membuat dirinya tampil lebih percaya diri. Citra yang baik dari *kosmetik You*. membuat mahasiswi memutuskan untuk membeli kosmetik *You*.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (D. P. Lestari & Widjanarko, 2023) menyebutkan bahwa citra merek berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Konsumen merasa produk kosmetik sudah dikenal oleh banyak orang, makanya Jiniso.id sudah berhasil dalam membangun citra merek yang positif di kalangan konsumennya. Sehingga konsumen selalu mengingat merek Jiniso.id ketika dihadapkan dengan beberapa pilihan produk jeans di pasaran.

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan ditambah beberapa produk bila memungkinkan untuk memperoleh beberapa kombinasi dari produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga membutuhkan pertimbangan cermat serta harga memiliki peranan penting dalam proses pengambilan keputusan para pembeli. Tujuan ditetapkannya harga yakni agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara maksimal (Nurmansyah, 2018).

Kosmetik *you* tentunya memiliki harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan kosmetik lainnya, harga dari Kosmetik *you* masih terjangkau di kalangan pengunjung toko bintang kosmetik kuta binje aceh timur. Mereka dapat menyimpan dan menyisihkan uang jajannya untuk membeli Kosmetik *you*. Kosmetik *you* memiliki harga yang tentunya sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dan sesuai dengan trend kosmetik saat ini sehingga pengunjung tidak ragu untuk melakukan keputusan pembelian terhadap Kosmetik *you*.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Patrikha, 2022) menyebutkan bahwa secara parsial harga memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena pembeli lebih senang melakukan pembelian di toko karena dianggap memiliki harga yang relatif murah. Semakin banyak produk kosmetik memiliki harga rendah maka membuat para pelanggan melakukan pembelian produk kosmetik pada toko.

Kualitas produk merupakan totalitas dari fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa yang

memiliki kebutuhan untuk memenuhi konsumen. Kualitas dari sebuah produk yang dirasakan oleh konsumen langsung mempengaruhi keputusan pembelian. Produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mempunyai kecocokan pada penggunaannya.

Berdasarkan uraian fenome diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk You (Studi Kasus Pada Pengunjung Toko Bintang Kosmetik Kuta Binje Aceh Timur)”**.

## 1.2 RumusanMasalah

Berdasarkan uraian latar belakang , maka penelitian dapat mengemukakan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian kosmetik Y.O.U di Toko Bintang Kosmetik Kuta Binje Aceh Timur ?
2. Apakah harga produk mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Y.O.U di Toko Bintang Kosmetik Kuta Binje Aceh Timur ?
3. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Y.O.U di Toko Bintang Kosmetik Kuta Binje Aceh Timur ?

## 1.3 TujuanPenelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian kosmetik Y.O.U di Toko Bintang Kosmetik Kuta Binje Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Y.O.U di Toko Bintang Kosmetik Kuta Binje Aceh Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Y.O.U di Toko Bintang Kosmetik Kuta Binje Aceh Timur.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Dari penulisan penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Adapun manfaat penelitian terbagi menjadi dua yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis.

##### 1. Manfaat Praktis

- a. Untuk perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk You Pada Pengunjung Toko Bintang Kosmetik Kuta Binje Aceh Timur.
- b. Sebagai salah satu sumber bacaan yang dapat menambah referensi bagi peneliti lanjutan.

##### 2. Manfaat Teoretis

1. Pada Perusahaan, sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan daya beli konsumen melalui perwujudan variabel yang mempengaruhinya.
2. Pada perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna untuk meningkatkan strategi pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh *Brand Image*, Harga dan Kualitas Produk terhadap minat beli produk kosmetik y.o.u di toko Bintang Kosmetik Kuta Binje, Aceh Timur.