

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pertumbuhan besar saat ini terjadi pada industri kosmetik termasuk Indonesia. Kemajuan di lapangan ekonomi, sosial budaya dan teknologi membawa dampak pada trend masyarakat, yang mana produk kecantikan menjadi kebutuhan pokok terutama untuk wanita. Adanya kemajuan pada ketiga bidang tersebut menciptakan ketatnya persaingan dunia kecantikan. Sehingga perusahaan kecantikan harus selalu meningkatkan inovasi agar dapat bertahan ditengah persaingan dan kebutuhan konsumen terpenuhi (Anam et al., 2021).

Kosmetik yang paling banyak diminati saat ini salah satunya *hand and body lotion*, merupakan produk kecantikan yang digunakan pada tubuh dan tangan agar tetap lembab (Kristianingsih et al., 2022). Persaingan penjualan produk *hand and body lotion* sangat ketat, karena banyak produk sejenis mulai hadir dengan kualitas yang sama, namun perbedaannya terletak pada kualitas produk, citra merek, dan harga.

Ada banyak perusahaan *local* atau *domestic* di Indonesia yang menawarkan merek *hand and body lotion*, yaitu meliputi : citra, viva, purbasari, naturian, shinzui, wardah, nivea, natur-e *daily nourishing*, marina 2 dan vaselin (Lifepal, 2019). Banyaknya merek *hand and body lotion* yang beredar di Indonesia, belum lagi produk dari luar negeri, membuat perusahaan

kosmetik local menghadapi persaingan pemasaran produk. Oleh karena itu, perusahaan lokal harus lebih berupaya untuk mempromosikan produknya kepada konsumen.

Penjualan produk local dapat ditingkatkan melalui kreasi produk sesuai trend permintaan konsumen, misalnya inovasi kemasan dan penambahan vitamin. Kotler & Amstrong (2012) menyatakan bahwa kualitas produk adalah sejauh mana produk dapat menjalankan tugasnya meliputi keandalan, kemudahan dalam pemakaian produk, waktu pemakaian produk, dan perbaikan. Bila kualitas produk yang dipromosikan baik sehingga konsumen akan tertarik dan turut membeli.

Marina merupakan merek kecantikan yang dibuat PT Tempo Scan Pasific Tbk. Perusahaan tersebut berlokasi di Jakarta sejak 3 November 1953 dan termasuk perusahaan umum. PT Tempo Scan Pasifik Tbk mendaftarkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) tanggal 17 Juni 1994 (Utomo & Saleh, 2021). PT Tempo Scan Pasifik Tbk ini bergerak dibidang farmasi, produk konsumen, dan kosmetik. Salah satu produk kosmetiknya adalah *hand and body lotion* marina. Marina diluncurkan pertama kali di Indonesia pada tahun 1982 (Tempo Scan, 2018).

Marina selalu berusaha berinovasi dan menyediakan produk berkualitas dengan bahan-bahan pilihan yang terjaga prosesnya. Upaya yang dilakukan meliputi standarisasi *mutu* dan pengecekan produk yang dinyatakan halal oleh LPPOM MUI (Rahayu, 2016). Marina disesuaikan dengan iklim tropis Asia, khususnya Asia Tenggara yaitu Indonesia.

Marina merupakan sebuah produk *hand and body lotion* yang kandungannya terdapat *UV Protection*, dapat melembabkan dan melindungi kulit dari paparan panasnya matahari. Komposisi bahan yang ada dalam marina meliputi bahan alami yang aman digunakan untuk penggunaan jangka panjang. Bahan alami didalamnya dapat menjaga kulit hingga 24 jam. Selain itu, produk juga dapat memutihkan kulit yang kusam karena memiliki kandungan *biowhitening complex* (Rahayu, 2016).

Segmen yang dibidik Marina saat ini adalah kalangan remaja hingga dewasa yaitu wanita muda yang aktif dan bersemangat dalam melakukan kegiatan sehari-hari, berani menghadapi tantangan, mempunyai banyak teman dan tetap peduli akan kecantikan. Slogan marina adalah “Kecantikan yang Bersemangat (*Beauty with Spirit*)” (Suryadi Dede, 2014). Marina UV White tersedia dalam 5 varian : *bright and fresh, healthy and glow, hydro cool, e collagen asta*, dan *extra spf 30*. Beragamnya varian Produk tersebut adalah suatu trik pemasaran marina untuk memenuhi permintaan pasar saat ini. Karena standar kualitas produk yang baik antara lain terpenuhinya kebutuhan dan kepuasan konsumen. Hasil penelitian Pratiwi (2020) dan Sihotang (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam menjalankan usahanya pelaku usaha dari marina ini pastinya menghadapi persaingan yang terjadi dilingkungan usaha dimana banyak usaha sejenis yang hadir seperti munculnya kosmetik baru yaitu *scarlet whitening* yang sangat digemari generasi milenial sehingga mengakibatkan masyarakat yang juga sebagai konsumen memiliki banyak pilihan saat membeli kosmetik.

Tabel 1. 1 Perbandingan Pembelian Hand Body Marina di Toko Lain Tahun 2021-2023

No	Nama Toko	2021	2022	2023
1.	Toko Populer	47%	50%	50%
2.	Panda Lovely	30%	32%	30%
3.	Toko Sumbermas	50%	50%	50%
4.	Skincare Mommy	65%	65%	68%
5.	Toko Sunny	40%	33%	46%
6.	Mall Matahari	57%	43%	62%
7.	Mall Suncity	33%	40%	45%

**Sumber: Data Sales *Hand Body* di Madiun, 2023**

Dari data di atas dapat disimpulkan fenomena yang ditemukan yakni pengguna *hand and body* Marina cukup banyak namun jika dikomparasikan dengan Citra, Marina masih berada dalam posisi kedua. Hal tersebut menyumbangkan pandangan masih banyak yang meragukan *hand and body* Marina imbas harganya yang terjangkau atau relatif lebih murah jika dikomparasikan dengan produk teratas yakni Citra sehingga banyak customer masih merasa ragu guna mencoba produk Marina.

Keputusan pembelian Keputusan dalam arti yang umum adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. menurut Kotler & Armstrong (2016:177) Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Hal ini, akan menjadi daya tarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Dalam melakukan keputusan pembelian, ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan oleh para konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong

(2014:159-174) keputusan pembelian konsumen dipengaruhi beberapa faktor yaitu harga, promosi dan kualitas produk. Dalam melakukan keputusan pembelian perusahaan harus dipertimbangkan harga pada suatu produk. Apabila harga tersebut relatif rendah maka keputusan pembelian tersebut akan relatif tinggi dan sebaliknya apabila harga tersebut relatif tinggi maka keputusan pembelian tersebut akan relatif rendah. Jika harga yang ditetapkan perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan diutamakan pada produk tersebut dan sebaliknya jika perusahaan menetapkan harga tidak sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk tidak akan diutamakan pada produk tersebut.

Dalam penelitian Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst (2017) dan Deni Rian Pratama (2018) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Di dalam penelitian ini mengambil indikator dari harga tersebut dikarenakan harga sering kali menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam konteks *handbody* Marina, harga yang kompetitif dapat menarik lebih banyak pembeli, terutama di pasar yang sensitif terhadap harga, konsumen cenderung membandingkan harga produk dengan manfaat yang mereka dapatkan. Dengan memasukkan harga sebagai indikator, penelitian ini dapat mengidentifikasi bagaimana konsumen menilai nilai dari produk *handbody* Marina. Berbagai segmen konsumen memiliki daya beli yang berbeda. Indikator harga dapat membantu memahami segmen mana yang lebih memilih produk ini dan bagaimana strategi penetapan harga dapat disesuaikan untuk menarik segmen tersebut.

Selain harga, promosi juga berpengaruh penting dalam menentukan keputusan pembelian. Promosi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam mengkomunikasikan produk kepada konsumen, selain menawarkan produk yang berkualitas dan penetapan harga. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produk dan membujuk konsumen untuk membeli. Strategi promosi merupakan gabungan antara periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan publisitas menjadi suatu program terpadu untuk berkomunikasi dengan pembeli dan orang lain yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian satu produk. Hasil penelitian oleh Vernando (2018), Deni Rian Pratama (2018), Edi Cahyono (2018) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Di dalam penelitian ini mengambil indikator dari promosi dikarenakan promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap merek *handbody* Marina. Dengan menggunakan indikator promosi, penelitian ini dapat mengukur seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian. Sertifikasi halal, ini penting untuk menarik konsumen yang mengutamakan produk sesuai dengan prinsip syariah, memberikan rasa aman dan kepercayaan bagi pengguna Muslim. BPOM, dengan adanya izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan, konsumen diyakinkan bahwa produk aman dan telah melalui pengujian. Ini menambah nilai dan kepercayaan terhadap kualitas produk. Uji klinis, hasil dari uji klinis menunjukkan bahwa produk tidak hanya aman, tetapi juga efektif. Ini membantu konsumen merasa lebih yakin bahwa *handbody* Marina dapat memenuhi harapan mereka dalam perawatan kulit. (Bagas dan Puspita, 2021).

Di dalam penelitian ini menggunakan salah satu variabel promosi dengan cara mempromosikan produk *Hanbody* Marina dengan cara promosi diskon, memberikan potongan harga atau penawaran khusus untuk meningkatkan daya tarik produk. Iklan media sosial, memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk menjangkau konsumen lebih luas dengan konten yang menarik. Sampling produk, menawarkan sampel gratis di toko atau event tertentu agar konsumen dapat mencoba produk sebelum membeli. Testimoni dan ulasan, menggunakan testimoni dari konsumen yang puas sebagai bentuk promosi untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas produk.

Kualitas produk juga memiliki pengaruh penting terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Menurut (Monalisa, 2015: 302) yang mengungkapkan bahwa kualitas produk yang dianggap baik oleh konsumen akan menciptakan kualitas pembelian. Keputusan pembelian akan dilakukan ketika konsumen sudah memilih produk yang sesuai untuk memenuhi kebutuhannya. Didukung oleh penelitian Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Di dalam penelitian ini mengambil indikator kualitas produk dikarenakan kualitas produk yang baik berkontribusi langsung pada kepuasan pelanggan. Penelitian ini dapat mengeksplorasi bagaimana kualitas *handbody* Marina mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan berulang kali menggunakan produk tersebut. Dalam pasar yang padat, kualitas produk menjadi faktor pembeda yang signifikan. Menggunakan indikator kualitas produk

membantu untuk memahami bagaimana *handbody* Marina dapat menonjol di antara merek-merek lain. Konsumen sering kali menilai nilai suatu produk berdasarkan kualitasnya. Penelitian ini dapat menilai bagaimana persepsi kualitas *handbody* Marina mempengaruhi keputusan pembelian, terutama jika dibandingkan dengan harga dan promosi.

*Top Brand Award* merupakan pemberian penghargaan terkhusus merek peringkat atas berdasarkan hasil survey tiap tahunnya. Hasil Penghargaan *Top Brand* didapatkan dari survey Lembaga *Independen Frontier Consulting Group* serta Majalah Marketing pilihan merek dari konsumen. Terdapat 3 cara menilai yaitu : ketinggian merek yang dikenal masyarakat, ketinggian pangsa pasar, dan ketinggian loyalitas masyarakat. Hal tersebut merupakan bukti nyata dari perilaku pembelian konsumendan dan nantinya TBI (*Top Brand Index*) di dapat dari indikator kekuatan merek (Untarini, 2013).

Di bawah ini merupakan data Top Brand Award tahun 2019, 2020, dan 2021 kategori *hand and body lotion* :

Tabel 1. 2 Top Brand Award 2019-2021 Kategori *hand and body lotion*

Top Brand Award 2019			Top Brand Award 2020			Top Brand Award 2021		
Brand	TBI		Brand	TBI		Brand	TBI	
Citra	38.3 %	TOP	Citra	31.5 %	TOP	Citra	29.1 %	TOP
Vaseline	19.7 %	TOP	Marina	22.4 %	TOP	Marina	16.2 %	TOP
Marina	17.8 %	TOP	Vaseline	11.8 %	TOP	Vaseline	14.8 %	TOP
Nivea	6.2 %		Nivea	5.4 %		Nivea	8.8 %	
Viva	2.6 %		Viva	1.8 %		Body Shop	5.6 %	

Sumber: (Top Brand, 2022)

Tabel diatas menyatakan jika tahun 2019 jenis *hand and body lotion* adalah marina berada di urutan ketiga sebesar 17.8%. Pada Tahun 2020 marina mengalami peningkatan yaitu menjadi di urutan kedua sebesar 22.4%. Pada Tahun 2021 marina tetap menduduki di urutan kedua tetapi hanya sebesar 16.2%, artinya marina mengalami penurunan sebesar 6.2%.

Ketetapan persaingan merek local maupun luar local sehingga menyebabkan marina tidak bisa menempati posisi pertama pada tahun 2021. *Top Brand Index* dimaksudkan sebagai tolak ukur ketenaran suatu merek dalam standar nasional dan kumpulan semuanya. Artinya, bila kumpulan pasar tersebut dipersempit hanya kumpulan pekerja, pelajar atau mahasiswa nanti hasilnya berbeda. Hasil penelitian dari Dzulkharnain (2019) dan Sari & Audita (2018) menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian setiap konsumen juga dipengaruhi oleh harga yang dipromosikan. tiap-tiap pembeli terkadang dipengaruhi juga dengan harga yang ditawarkan. Kotler & Amstrong (2012) menyebutkan bahwa harga adalah besar kecilnya uang dibayarkan konsumen kepada penjual agar mendapat produk sesuai yang dibutuhkan. Marina termasuk produk yang harganya low budget dibandingkan lainnya. Daftar harga dari beberapa merek *hand and body lotion* yang setara dengan *Handbody* Marina.

Tabel 1. 3 Daftar Harga yang setara dengan *Handbody* Marina

No	Nama Skincare	Ukuran	Harga
1.	Viva <i>Handbody</i> Lotion	550 ML	Rp 15.000
2.	<i>Emeron Lovely Natural Hydrating Body Lotion</i>	200 ML	Rp 10.000
3.	Citra <i>Handbody &amp; Body Lotion Golden Glow UV</i>	210 ML	Rp 25.000

Sumber: Penelitian yang dilakukan (Oka, 2021).

Harga cenderung disukai oleh konsumen, karena bisa menghemat uang untuk keperluan lain. Kalangan remaja hingga dewasa secara umum menyukai produk yang harganya terjangkau dan berkualitas. Dikarenakan produk *hand and body lotion* marina harganya terjangkau, maka para konsumen terutama anaksekolah hingga mahasiswi yang belum memiliki penghasilan bisa membeli dan memakainya. Hasil penelitian Limpo (2018) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil temuan Susanto (2021) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. *Handbody* Marina sering mendapatkan ulasan positif dari konsumen. Banyak yang mengapresiasi tekstur lotion-nya yang ringan dan cepat meresap, membuat kulit terasa lembap tanpa rasa lengket. Aroma produk juga menjadi poin plus, dengan wangi segar yang menyenangkan.



Gambar 1. 1 Review Konsumen di Shopee tentang Handbody Marina  
Sumber: Penjualan *Handbody* Marina di salah satu akun Shopee

Namun, ada juga beberapa komentar yang menunjukkan bahwa hasilnya mungkin bervariasi tergantung jenis kulit. Beberapa pengguna menginginkan hidrasi yang lebih intens, terutama untuk kulit yang sangat kering. Secara keseluruhan, Marina handbody dianggap sebagai pilihan yang baik untuk perawatan kulit sehari-hari, terutama bagi mereka yang mencari produk dengan harga terjangkau dan kualitas yang memuaskan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini dapat disimpulkan dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handbody* Marina (Studi Kasus Konsumen di Kota Madiun)”**

## **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih fokus dan terarah maka peneliti memandang perlu membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya untuk konsumen berusia 18-24 tahun yang pernah membeli *Handbody* Marina di Kota Madiun.
2. Variabel penelitian pada Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan pembelian.
3. Domisili Kota Madiun

## **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini berdasarkan penjelasan diatas meliputi:

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina di Kota Madiun ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina di Kota Madiun ?
3. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Marina di Kota Madiun ?

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah hargns berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina di Kota Madiun.

2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina di Kota Madiun.
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina di Kota Madiun.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat secara teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dilakukan sebagai wujud penerapan ilmu yang telah diperoleh penulis selama menempuh pendidikan sebagai Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai harga, kualitas produk dan promosi, dan keputusan pembelian. Penelitian ini ditujukan untuk masyarakat umum dan mahasiswa khususnya dalam prodi bidang Manajemen Pemasaran.

##### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan atas hasil yang telah diperoleh. Khususnya, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan pada PT. Tempo Scan Pacific. Adanya penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain yang membutuhkan referensi terkait kualitas produk, citra merek, harga dan keputusan pembelian yang diberikan PT. Tempo Scan Pacific khususnya bidang manajemen pemasaran.