

BAB I

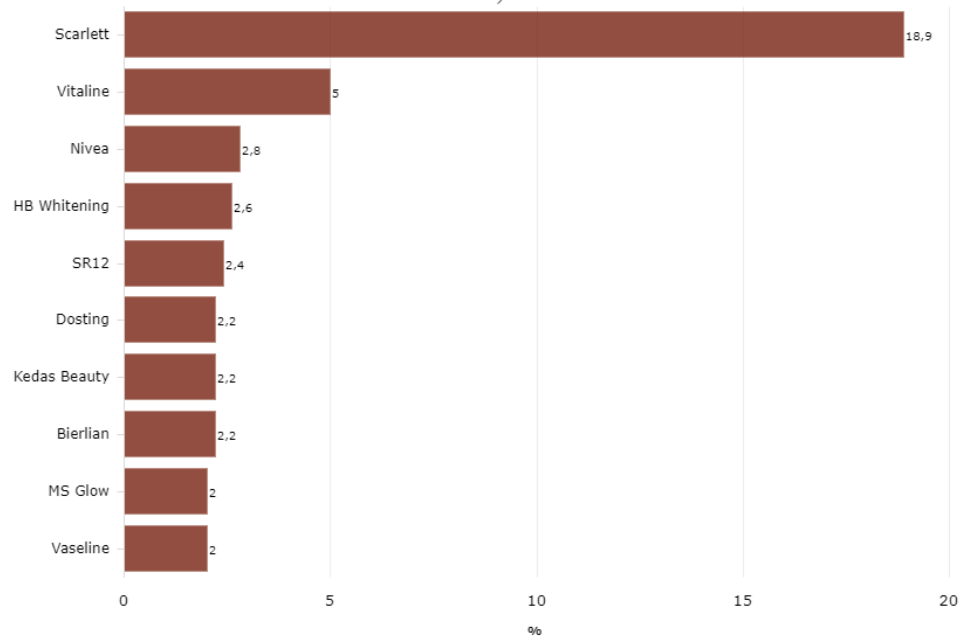
PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Sektor kosmetik di Indonesia berkembang pesat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), kinerja industri farmasi, kimia, dan obat tradisional (termasuk kosmetik) meningkat sebesar 5,59%, sementara banyak sektor lainnya mengalami penurunan akibat dampak pandemi Covid-19. Karena semakin banyak orang yang peduli dengan kesehatan kulitnya, maka sektor kosmetik berpotensi untuk berkembang. Keanekaragaman produk kosmetik dan perawatan tubuh yang tersedia di pasaran, baik domestik maupun impor, membuat persaingan industri semakin ketat.

Produk perawatan kecantikan atau barang kecantikan dikenang untuk merawat diri sendiri barang yang dapat menambah rasa percaya diri pemakainya, khususnya pada wanita. Kosmetik telah menjadi salah satu tuntutan wanita yang paling signifikan dari waktu ke waktu. Dan di Indonesia sendiri sudah banyak produk kecantikan yang terkenal, merek yang terkenal saat ini seperti Scarlett, Vitaline, Nivea, HB Whitening, SR12, Dosting, Kadas Beauty, Bierlian, Ms Glow, Vaseline. dan objek dalam penelitian ini adalah Ms Glow.

10 Merek Produk Perawatan Tubuh Terlaris di Indonesia Menurut Pangsa Pasar (Shopee & Tokopedia) (Agustus 2021)



Katadata.co.id

databoks

Sumber: databoks

Gambar 1.1 Merek Produk Kosmetik Terlaris

Dilihat dari Gambar 1.1 di atas, terlihat dengan jelas bahwa meskipun Ms Glow berada pada posisi kedua dari bawah tetapi tidak menutup kemungkinan untuk membuat Ms Glow kehilangan eksistensinya. Dilihat dari laman compas bahwa Ms Glow menjadi salah satu produk kosmetik dengan penjualan terlaris di shopee.



Sumber: Kompas

Gambar 1.2 Penjualan Ms Glow

Ms Glow secara resmi diciptakan pada tahun 2013 oleh dua pengusaha wanita, Shandy Purnamasari dan Maharani Kemala Dewi. Ms Glow merupakan lini produk kecantikan yang telah mendapatkan sertifikasi BPOM dan halal. Berdasarkan data (<https://ms-glow.store/blog>) Ms Glow memiliki 13 cabang klinik besar di Indonesia yang tersebar di Jakarta, Surabaya, Malang, Bintaro, Bandung, Sidoarjo, Bali, Semarang, Makassar, Depok, Bekasi, Bogor hingga Medan.

Seiring berjalannya waktu perkembangan produk Ms Glow semakin baik, hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya agen resmi Ms Glow di Indonesia. Ms Glow Samarinda resmi di Samarinda, memiliki banyak konsumen dan merupakan salah satu distributor resmi Ms Glow. Ms Glow harus menjaga kualitas produknya agar tetap kompetitif dan menjaga eksistensi produknya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. (*Product Quality*).

Product Quality adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan atau memenuhi kebutuhan konsumen semakin tinggi kualitas suatu produk, semakin besar kemungkinan pembeli untuk membeli atau memilihnya sebagai pilihan pembelian. Dengan asumsi bahwa kualitas item terus naik ke level berikutnya maka hal ini bisa mempengaruhi loyalitas konsumen. *Product Quality* juga dapat mempengaruhi *Purchase Decision* (keputusan pembelian).

Dalam menentukan keputusan pembelian, pembeli juga meninjau beberapa hal, salah satunya pada kualitas produk. *Purchase Decision* adalah kondisi dimana konsumen mengevaluasi berbagai macam pilihan dan akhirnya memutuskan memilih satu produk. (Wahyu Prasetyo & Murti, 2021 keputusan konsumen untuk membeli merupakan kegiatan yang biasa dilakukan oleh setiap konsumen. Keputusan untuk membeli atau tidak membeli adalah salah satu karakteristik yang melekat pada diri individu konsumen. *Purchase Decision* juga mempengaruhi *Customer Loyalty*. Konsumen yang loyal biasanya lebih mudah dalam memberikan keputusan pembelian suatu produk.

Dari berbagai faktor yang mempengaruhi *Customer Loyalty* diantara adalah *Product Quality* dan *Purchase Decision*. *Customer loyalty* adalah suatu kondisi di mana pembeli melakukan pembelian berulang secara terus-menerus. Menurut (Rifa'i, 2019) *Customer Loyalty* yaitu seseorang terbiasa membeli barang yang diberikan dan sering berinteraksi (pembelian) dari waktu ke waktu dengan tetap dan mengikuti semua penawaran perusahaan. Loyalitas memiliki peran penting bagi perusahaan

karena bisa memberikan keuntungan termasuk melakukan pembelian antar lini produk, konsumen akan membeli berbagai macam produk keluaran perusahaan karena konsumen sudah mempercayai kualitas produk pada perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh *Product Quality* Terhadap *Purchase Decision* dan *Customer Loyalty* Pada Produk Skincare Ms Glow di Kota Samarinda”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Product Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Purchase Decision* produk kosmetik Ms Glow di kota Samarinda?
2. Apakah *Product Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty* produk kosmetik Ms Glow di kota Samarinda?
3. Apakah *Purchase Decision* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty* produk kosmetik Ms Glow di kota Samarinda?

C. Batasan Masalah

Peneliti hanya membahas masalah pengaruh *Product Quality* sebagai variabel dependen terhadap *Purchase Decision* dan *Customer Loyalty* produk kosmetik Ms Glow kota Samarinda.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *Product Quality* terhadap *Purchase Decision* produk kosmetik Ms Glow di kota Samarinda.
2. Untuk menguji pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* produk kosmetik Ms Glow di kota Samarinda.
3. Untuk menguji pengaruh *Purchase Decision* terhadap *Customer Loyalty* produk kosmetik Ms Glow di kota Samarinda.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini dapat memberikan informasi atau referensi khususnya bagi jurusan manajemen tentang pengaruh *Product Quality* terhadap *Purchase Decision* dan *Customer Loyalty* dan dapat dijadikan acuan pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pihak Akademi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan ajar dan mengaplikasikan ilmu di bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran..

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini untuk mengetahui *Product Quality* terhadap *Purchase Decision* dan *Customer Loyalty* produk kosmetik Ms Glow, sehingga Penelitian ini akan digunakan sebagai acuan dalam mengadopsi teknik pemasaran untuk meningkatkan pendapatan perusahaan..

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kesempatan untuk pengembangan ilmu dan pemahaman mengenai manajemen pemasaran, khususnya tentang pengaruh *Product Quality* terhadap *Purchase Decision* dan *Customer Loyalty*.