

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan produk kosmetik memberi peluang bisnis bagi para produsen kosmetik atau produk perawatan kulit yang kini beredar di pasar, yaitu dari produk lokal sampai produk impor dan produk yang masuk secara legal maupun ilegal, sehingga konsumen dapat memilih produk kosmetik yang terbaik bagi dirinya, dan produk tersebut dapat diperoleh dengan mudah di pusat-pusat perbelanjaan.

Kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan keinginan konsumen, khususnya perempuan agar tampil lebih cantik dan menarik. Konsumen juga harus selektif dalam memilih merek kosmetik yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Berbagai macam produk di pasaran mempengaruhi minat konsumen terhadap pembelian kosmetik. Banyaknya pilihan produk kosmetik membuat para konsumen harus berhati-hati dalam pemakainannya, terkhususnya untuk wanita muslimah. Produk kosmetik yang berlabel halal menjadi salah satu criteria dalam pemilihan kosmetik. Produk kosmetik yang berlabel halal di Indonesia adalah kosmetik yang telah memiliki sertifikasi halal, merupakan kewenangan yang telah dikeluarkan oleh LPPOM MUI.

Sehubungan dengan perkembangan hijab, maka tren kosmetik berlabel halal juga berkembang dengan pesat. Karena wanita muslim pasti menginginkan kosmetik yang mereka gunakan bebas dari bahan-bahan yang berbahaya dan haram. Wardah Cosmetic's adalah salah satu kosmetik yang berlabel halal di Indonesia.

Produk kosmetik wardah merupakan kosmetik yang diproduksi oleh PT. Paragon Technology And Innovation (PTI). Pada awal berdirinya dengan nama PT. Pusaka Tradisi Ibu, dan kemudian pada bulan Mei 2012 berganti nama menjadi PT. Paragon Technology And Innovation. Wardah adalah salah satu kosmetik yang di produksi oleh PTI. Perusahaan ini didirikan oleh Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. pada tanggal 28 Februari 1985. Wardah Cosmetic menghadirkan kosmetika berformula inovatif yang aman, halal, praktis, bahkan memenuhi kebutuhan dan selera setiap wanita. Produk yang di hasilkan wardah antara lain bedak, *eyeshadow*, *eyeliner*, *blush on*, *mascara*, *lipstick*, *lip gloss*, *facial wash*, *milk cleanser*, *face toner*, *hand & body lotion*, bedak muka padat, parfum, deodoran, *rool on* dan rangkaian produk lainnya.

Tabel 1.1
Data Top Brand Produk Kosmetik

Produk Merek	Lipstick		Lip Gloss		Maskara		Blush On		Bedak Muka Padat	
	TBI (%)	TOP	TBI (%)	TOP	TBI (%)	TOP	TBI (%)	TOP	TBI (%)	TOP
Wardah	36.2	Top	31.8	Top	19.0	Top	29.7	Top	35.5	Top
Revlon	10.7	Top	12.0	Top	11.4	-	15.1	Top	-	-
Viva	7.6	-	-	-	-	-	-	-	8.6	-
Mirabella	7.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sari Ayu	7.2	-	7.0	-	-	-	8.7	-	9.3	-

Sumber : Top Brand Index Fase 1 2018

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa beberapa jenis produk dari wardah mendapatkan predikat top dari top brand. Hal ini disebabkan bahwa konsumen percaya terhadap kualitas produk wardah, merek yang dipercaya oleh

konsumen dan konsumen yang merasa puas. Untuk memperkuat fenomena dalam penelitian ini maka akan ditampilkan data penjualan Wardah dari 3 toko yang ada di kota Padang.

Tabel 1.2
Data Penjualan Produk Kosmetik Wardah Di Kota Padang

Nama Toko Bulan	Putri Cantik Shop		Padang Makeup Store		RKbeauty Shop	
	Tahun 2018	Pertumbuhan Penjualan (%)	Tahun 2018	Pertumbuhan Penjualan (%)	Tahun 2018	Pertumbuhan Penjualan (%)
Januari	173	-	274	-	263	-
Febuari	150	9.5	298	8.8	278	5.7
Maret	155	3.3	331	11.1	298	7.2
April	163	5.2	358	8.2	315	5.7
Mei	176	8.0	390	8.9	333	5.7
Juni	180	2.3	423	8.5	359	7.8
Juli	187	3.9	469	10.9	382	6.4
Agustus	191	2.1	491	4.7	398	4.2
September	197	3.1	526	7.1	429	7.8
Oktober	214	8.6	568	8.0	454	5.8

Sumber :Putri Cantik Shop, Padang Makeup Store, Rkbeauty Shop Di Kota Padang Nov 2018

Berdasarkan data pada tabel 1.2 dapat dilihat perkembangan penjualan produk kosmetik wardah di kota Padang pada bulan Januari-Oktober 2018 di toko Putri Cantik Shop mengalami fluktuasi dan cenderung meningkat, penjualan kosmetik wardah pada toko Padang Makeup Store lebih besar dibanding penjualan kosmetik wardah di toko Putri Cantik Shop dan penjualan meningkat dari bulan Januari-Oktober 2018, sedangkan pada toko RKbeauty Shop dapat dilihat dari bulan Januari-Oktober juga mengalami peningkatan tiap bulannya.

Hal tersebut menunjukkan tingginya minat masyarakat untuk menggunakan produk wardah dan mengindikasikan keputusan pembelian yang baik.

Fenomena ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian kosmetik Wardah mengalami peningkatan setiap bulannya, dimana perkembangan data penjualan ini juga dapat menunjukkan terjadinya penilaian konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian kosmetik Wardah.

Schiffman dan Kanuk (2007:485) mendefinisikan bahwa keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan kata lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Seorang pemasar harus menguasai berbagai hal yang dapat mempengaruhi pembeli dan mengembangkan suatu pengertian bagaimana sebenarnya seorang konsumen membuat keputusan. Pemasar haruslah mengidentifikasi siapa yang membuat keputusan membeli, jenis-jenis membeli dan tahap-tahap dalam proses pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2009:178) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu rangsangan pemasaran yang terdiri dari produk dan jasa, harga, distribusi dan komunikasi, kemudian rangsangan lain berupa ekonomi, teknologi, politik dan budaya. selanjutnya dipengaruhi psikologi konsumen yang dilihat dari motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori serta karakteristik konsumen yang dilihat dari faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis dan proses pengambilan keputusan pembelian yang menimbulkan keputusan pembelian tertentu yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku pasca pembelian.

Safitri, dkk (2016) menemukan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk adalah faktor produk, faktor promosi, faktor distribusi, serta faktor iklan dan pelayanan. Sedangkan Brigays (2013) menemukan faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian adalah Penetapan Harga, Banyaknya Variasi Menu, Porsi Makanan Standar, Jam buka , Adanya potongan harga, seragam yang digunakan karyawan, Dekat dengan pusat keramaian dan Secara Keseluruhan Layanan yang diberikan cukup baik.

Sementara Awifa, dkk (2016) menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian produk adalah faktor kualitas, harga, ketersediaan dan motivasi. Hal ini berbeda dengan yang diungkapkan Churiyah dan Hayaguna (2007) yang mengatakan bahwa faktor-faktor yang menentukan perilaku pembelian adalah faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kelompok acuan, faktor motivasi, faktor persepsi, dan faktor pengetahuan konumsnen

Hal ini menunjukkan setiap orang mempunyai sikap yang berbeda-beda terhadap perilaku pengambilan keputusan terhadap suatu produk dan jasa. Hal ini . menyebabkan setiap perusahaan bersaing dalam berusaha untuk memuaskan selera konsumen dengan cara memenuhi kenyataan sesuai dengan yang diharapkan. Keanekaragaman konsumen dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari diri konsumen maupun luar konsumen.

Berdasarkan uraian ringkas tersebut secara umum penelitian ini merupakan sebuah penelitian empiris yang berjudul : **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Padang**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan kepada latar belakang penelitian peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Wardah Di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Wardah Di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Praktis

Dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk mengadakan perbandingan dengan apa yang selama ini dilakukan, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan-kebijakan atau melakukan perbaikan dimasa yang akan datang.

2. Secara Akademis

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini nantinya dapat menambah perbendaharaan perpustakaan serta dapat dijadikan sebagai referensi yang bermanfaat bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian selanjutnya.