

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kehidupan modern menawarkan kemudahan dan kepraktisan dalam menunjang penampilan salah satunya adalah dengan kosmetik. Kosmetik sudah menjadi kebutuhan utama bagi sebagian kaum wanita untuk menunjang popularitasnya karena menurut wanita kecantikan adalah aset yang wajib dijaga agar menarik untuk dipandang. Produk kosmetik senantiasa menjadi bagian dari kehidupan setiap harinya demi mempertahankan dan mendapatkan kecantikan dari waktu ke waktu. Dalam persaingan bisnis yang semakin banyak dan ketat ini, perusahaan pun dituntut untuk lebih keras lagi dalam memenuhi kebutuhan para konsumennya dengan menciptakan produk-produk baru dengan kualitas yang baik dan menciptakan persaingan produk yang berbeda dengan perusahaan lainnya. Dengan begitu pengembangan usaha produk yang berbeda menjadikan strategi yang paling efektif dalam perusahaan untuk memenuhi penawaran produk lebih inovatif lagi, agar sama-sama merasakan kepuasan tersendiri baik dari perusahaan itu sendiri maupun para konsumen.

Kebutuhan dan keinginan pasar yang bergerak secara dinamis berubah secara cepat dan terus menerus, perusahaan harus lebih kreatif dalam memaknai ancaman dan peluang yang ada di pasar melalui pemanfaatan kekuatan dan kapabilitas yang dimiliki perusahaan. Kepala Bagian Perekonomian Pemerintah kota Cimahi mengatakan bahwa kota Cimahi menjadi salah satu pangsa pasar yang menjanjikan

bagi berbagai bidang usaha termasuk industri kosmetik dan fashion. Khusus di kota Cimahi, kosmetik akan menjadi industri menjanjikan, sekarang dan di masa depan, karena wanita selalu ingin berpenampilan serasi, dan kosmetik menjadi kebutuhan primer bagi wanita. Terdapat 5 (lima) Kota dengan jumlah penduduk wanita remaja sebagai berikut :

Tabel 1.1
5 Kota dengan Jumlah Penduduk Wanita di Jawa Barat Tahun 2023

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Penduduk Wanita
1	Kota Banjar	209.493
2	Kota Cirebon	333.300
3	Kota Sukabumi	335.866
4	Kota Cimahi	381.557
5	Kota Bogor	513.830

Sumber: jabar.bps (2023).

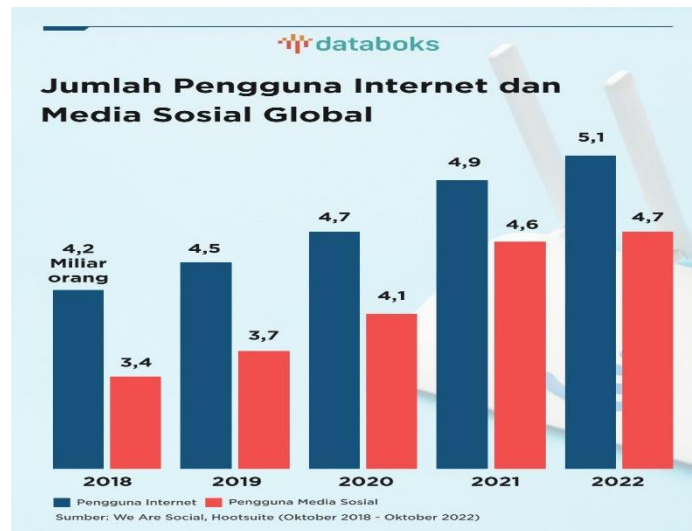
Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa 5 (lima) kota dengan jumlah wanita remaja yang terdiri dari Kota Banjar 209.493orang, Kota Cirebon dengan jumlah jiwa sebanyak 333.300orang, Kota Sukabumi sebanyak 335.866orang, Kota Cimahi sebanyak 381.557orang dan yang terakhir ada Kota Bogor dengan 513.830orang. Hal ini dapat diartikan perusahaan kosmetik memiliki peluang besar terhadap penjualan karena semakin banyaknya jumlah penduduk perempuan maka semakin mudah produk untuk diterima oleh pelanggan sehingga para pelaku bisnis yang ingin memproduksi produk kosmetik tidak perlu khawatir produk tidak terjual. Selain jumlah penduduk perkembangan teknologi juga menjadikan peluang besar bagi perusahaan karena dengan perkembangan teknologi maka cara pemasaran produk atau jasa semakin beragam.

Kecanggihan teknologi meningkatkan permintaan akan produk perawatan kulit, keadaan ini kemudian di dukung oleh masyarakat yang mulai menyadari bagaimana pentingnya dalam perawatan kulit. Banyaknya minat masyarakat atas permintaan barang kecantikan ini kemudian menciptakan persaingan usaha yang ketat antar sesama pelaku usaha produk kecantikan. Perkembangan bidang tersebut menciptakan tingkat persaingan di dunia usaha perawatan kecantikan atau kosmetik maka mendorong perusahaan untuk menggunakan berbagai jenis strategi pemasaran untuk mencapai target penjualan mereka. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya produk kosmetik dari berbagai merek yang bermunculan dipasaran, baik impor maupun lokal merek sehingga setiap perusahaan saat ini industri kosmetik dunia mengalami perkembangan yang sangat pesat termasuk di Indonesia.

Perkembangan teknologi mempengaruhi pergeseran pemasaran dari era yang konvensional ke era *digital*. Fenomena ini harus dipahami oleh pelaku bisnis salah satunya dengan mempelajari *trend* sebagai dasar memperbarui strategi pemasarannya seiring dengan berkembangnya zaman. Banyaknya kompetitor menimbulkan persaingan yang ketat sehingga para pemilik atau pelaku bisnis dituntut untuk bisa memasarkan produknya dan diharuskan untuk bisa menarik para calon konsumen dengan baik agar produk dari perusahaan tersebut bisa bersaing, baik dengan *brand* lokal maupun *brand* internasional.

Laporan *We Are Social* dan *Hootsuite*, jumlah pengguna internet di seluruh dunia telah mencapai 5,07 miliar orang pada Oktober 2022. Jumlah tersebut mencapai 63,45% dari populasi global yang totalnya 7,99 miliar orang.

Gambar 1.1
Pengguna Internet dan Media Sosial



Sumber: databoks.katadata (2022)

Jumlah pengguna internet global pada Oktober 2022 terus meningkat 3,89% dibanding periode sama tahun lalu (year-on-year/yoy), yang masih 4,88 miliar orang pada Oktober 2021. Sebagian besar pengguna internet global atau 92,1% menggunakan ponsel untuk online. Ponsel kini menyumbang lebih dari 55% waktu online kita, serta menyumbang hampir 60% dari lalu lintas web dunia," kata *We Are Social* dalam *Digital 2022 October Global Statshot Report*. Meski ponsel sangat populer, laporan itu menyebut dua pertiga pengguna internet global masih menggunakan laptop dan komputer untuk sebagian aktivitas online mereka. Seiring dengan pertumbuhan pengguna internet, pengguna media sosial di seluruh dunia juga terus meningkat hingga mencapai 4,74 miliar orang pada Oktober 2022, setara 59,32% penduduk global. Laporan ini menyatakan ada 190 juta pengguna baru yang bergabung ke media sosial antara Oktober 2021 sampai Oktober 2022. Jika dirata-ratakan, secara global ada lebih dari setengah juta pengguna media sosial baru setiap hari, atau 6 pengguna baru per detik.

Kemajuan dalam bidang ekonomi dan teknologi membawa perubahan terhadap gaya hidup seseorang mulai dari *fashion* hingga perawatan kulit sehingga muncul berbagai produk perawatan kecantikan yang merupakan kebutuhan mendasar utamanya kaum wanita agar terlihat lebih menarik dan cantik. Produk kosmetik harus terus meningkatkan inovasinya dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen sehingga perusahaan mampu bertahan dan bersaing di pasaran dengan mengembangkan strategi pemasaran mereka agar lebih inovatif dan kreatif untuk menarik perhatian konsumen dan terciptanya minat beli terhadap konsumen. Kosmetik dan produk perawatan kulit termasuk bisnis yang berkembang karena sekarang banyak masyarakat yang berlomba-lomba untuk merubah gaya dan mempercantik diri, jika melihat peluang bisnis ini akan terbuka lebar. Berdasarkan hal tersebut bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2
Tabel Presentase Kegiatan Bisnis Terlaris Belanja Online Selama Tahun 2022

No.	Kegiatan produk	Presentase (%)
1	Kosmetik	75%
2	Restaurant Dine In/ Take Away	70%
3	Fashion	65%
4	Farmasi	60%
5	Bahan Makanan	50%
6	Transportasi	40%
7	Barang Interior	45%
8	Layanan Jasa Travel	43%

Sumber: katadata.co.id

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa bisnis terlaris belanja online selama tahun 2022 yang dibeli oleh konsumen dalam tahun 2022 adalah kosmetik dengan persentase 75%, *restaurant dine in/take away* 70% kemudian posisi ke 3

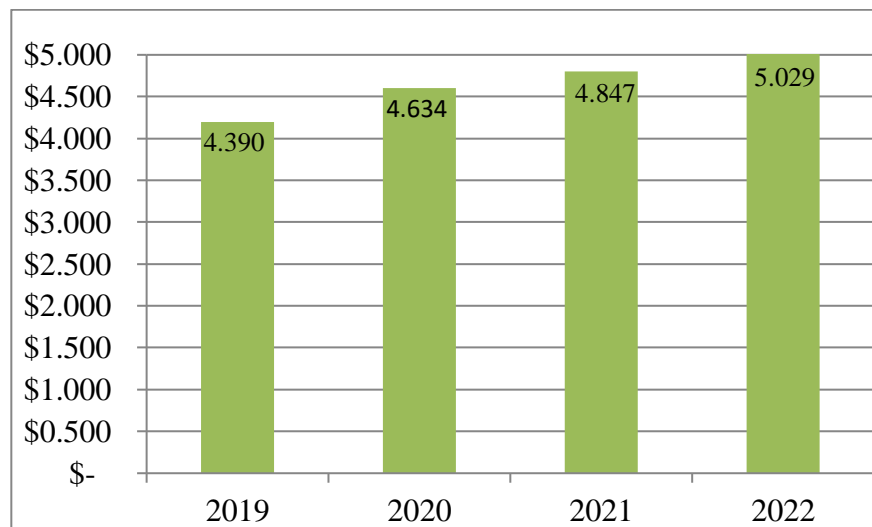
ada fashion dengan persentase 65%. Sementara itu farmasi menempati posisi ke 4 dengan persentase 60%, maka bisa disimpulkan bahwa bisnis ini pada tahun 2022 masih kurang minat dibandingkan dengan bisnis lain. Sekarang ini banyak bermunculan pelaku usaha yang menjual produk kecantikan sehingga menimbulkan persaingan yang semakin ketat, karena terjadi persaingan kosmetik, terutama kategori dekoratif dan perawatan membuat perusahaan kosmetik dituntut untuk dapat mengembangkan dan menciptakan suatu inovasi baru agar dapat mempertahankan pasar yang telah dimiliki dan memenangkan persaingan.

Kebutuhan manusia merupakan suatu keadaan akan sebagian dari pemuasan dasar yang dirasakan atau disadari. Kosmetik adalah salah satu kebutuhan bagi wanita yang digunakan sehari - hari agar terlihat lebih menarik. Wanita merupakan makhluk yang mencintai keindahan, ingin selalu tampil cantik dalam keadaan situasi apapun. Kosmetik bisa meningkatkan rasa percaya diri seseorang.

Saat ini, perkembangan produk kosmetik bagi wanita sangat cepat, bagi para wanita kosmetik merupakan kebutuhan sehari hari wanita. Kebutuhan sehari hari menciptakan peluang bagi produsen kosmetik untuk menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kebutuhan kosmetik wanita berbeda-beda, produsen pun menciptakan berbagai jenis produk kosmetik agar dapat memenuhi keinginan.

Kosmetik sendiri sangat identik dengan kecantikan, keindahan, dan kesehatan tubuh dari ujung rambut hingga ujung kaki. Kosmetik selalu menjadi bagian dari kehidupan sehari - hari demi mendapatkan dan mempertahankan

kecantikan dari waktu ke waktu karena bagi wanita mereka juga menginginkan kulit yang halus, lembut, serta tampak putih. Inilah yang menjadia alasan mengapa wanita lebih banyak mengenal berbagai macam kosmetik untuk mereka gunakan setiap hari. Kondisi tersebut menjadi peluang besar bagi produsen kosmetik. Berikut data pertumbuhan perindustrian kosmetik di Indonesia tahun 2019-2022.



Sumber : TechnoBusiness (2023).

Gambar 1. 2
Pertumbuhan Perindustrian Kosmetik di Indonesia
(In Million US \$)

Berdasarkan pada gambar 1.2 dapat dilihat bahwa Pertumbuhan Perindustrian Kosmetik di Indonesia terus meningkat dari tahun 2019 hingga tahun 2022. Kenaikan ini didorong karena besarnya permintaan dari pasar kosmetik.

Dunia kosmetik di Indonesia bisa dikatakan berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didukung dari berkembangnya kesadaran masyarakat yang semakin potensial. Perkembangan dunia kosmetik menjadi hal penting bagi kalangan muda atau tua. Kosmetik merupakan tujuan utama konsumen mendatangi sebuah toko. Kota Cimahi merupakan kota yang cukup strategis untuk dijadikan pusat perbelanjaan yang menjadi inceran para masyarakat.

Tabel 1. 3
Jumlah Penduduk Kota Cimahi

Tahun	Jumlah Penduduk
2019	614,403
2020	568,400
2021	571,632
2022	696,387

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Cimahi (2023).

Berdasarkan pada tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk kota Cimahi terus meningkat dari tahun 2019 hingga tahun 2022. Meskipun peningkatannya tidak terlalu besar. Kenaikan sekecil apapun akan berdampak pada perusahaan yang menjual barang atau jasa.

Jumlah penduduk di kota cimahi yang terus meningkat maka akan sebanding dengan timbulnya para pembisnis di kota cimahi terutama pada bidang kosmetik, faktor tersebut didukung dengan kemajuan banyaknya jumlah penduduk kota cimahi yang menjadi salah satu faktor kemajuan dalam usaha UMKM kosmetik. Kepadatan penduduk ini juga menunjukkan bahwa perkembangan bisnis kosmetik di kota Cimahi sangat potensial selama manusia membutuhkan untuk merawat dirinya maka bisnis kosmetik akan terus berkembang karena konsumen akan mencari untuk memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan.

Di era modern sekarang ini kebutuhan dan keinginan terus meningkat namun persaingan diberbagai tingkat usaha bisnis berkembang begitu pesat. Untuk itu perusahaan harus mampu bersaing dengan menerapkan berbagai strategi yang tepat dan mampu menghasilkan kelebihan produk yang kompetitif di bandingkan dengan produk pesaing untuk mencapai suatu tujuan perusahaan.

Salah satunya adalah produk perawatan tubuh dengan berbagai jenis,

produk Perawatan tubuh ini meliputi perawatan dari ujung rambut hingga ujung kaki. Produk yang ditawarkan pun bervariasi mulai dari sabun mandi, sabun cair, shampo, conditioner, lulur mandi, hingga hand body lotion. Tentu hal tersebut menjadi salah satu andalan perusahaan dibidang kosmetik dan kecantikan dengan inovasi produk yang berbagai macam. Indonesia sebagai negara berkembang dilihat sebagai pasar potensial yang memiliki pertumbuhan. kondisi ini dimanfaatkan betul oleh produsen kosmetik. Jumlah penduduk sekitar 273 juta jiwa dan sifat konsumen Indonesia yang konsumtif, menjadikan Indonesia pasar yang menjanjikan bagi perusahaan kosmetik.

Salah satu perusahaan di Indonesia yang sudah mempunyai citra merek yang baik adalah Unilver. Unilever adalah perusahaan multiproduk. Produk-produk yang dihasilkan antara lain adalah *food and drink, home care, dan personal care*.

Tabel 1. 4
Pertumbuhan Penjualan *Home And Personal Care* Di Indonesia Tahun 2019 - 2022

No	Tahun	Nilai/Us \$ Miliar
1	2019	5.86
2	2020	6
3	2021	6.51
4	2022	7.23

Sumber : Databoks (2023).

Berdasarkan tabel 1.4 terlihat bahwa pertumbuhan *home and personal care unilever* mengalami peningkatan. Tahun 2019 sebesar US\$5.86 miliar atau Rp87.249 triliun, Tahun 2020 mengalami penurunan sebesar US\$6 atau Rp89.291 Triliun, Tahun 2021 sebesar US\$6.34 atau Rp96.927 Triliun, dan 2022 sebesar US\$7.23 atau Rp107.647 Triliun (dengan kurs dollar sebesar Rp 14.889) pada Mei

2023.

Kategori produk kosmetik termasuk *personal care* yang dihasilkan oleh Unilever diantaranya *hand body lotion*, perawatan wajah, shampoo, sabun mandi, minyak wangi maupun deodorant. Produk *hand body lotion* yang dihasilkan Unilever salah satunya Vaseline. Cara kerja Vaseline dengan mengembalikan kelembapan kulit secara mendalam, mendapatkan kulit sehat, dan memperbaiki kulit dengan aman selama lebih dari 140 tahun. Vaseline didirikan pada tahun 1870 oleh Robert Chesebrough.

Banyak sekali perusahaan yang menawarkan tidak hanya satu produk serta varian mulai dari yang biasa hingga tidak biasa (jarang ditemui atau mungkin terdengar aneh). Peningkatan penjualan tertinggi dicapai oleh rangkaian produk skincare, yang merupakan kontributor terbesar walaupun kategori ini adalah salah satu yang paling sulit. Salah satunya dibidang produk-produk perawatan tubuh yaitu *hand body lotion*. Merek, jenis, fungsi *hand and body lotion* sangat beragam. Oleh karena itu industri-industri *hand body lotion* saling berlomba-lomba meningkatkan kualitas dan mutu. Selain itu mereka juga selalu berusaha meluncurkan produk-produk baru untuk memenuhi keinginan konsumen.

Salah satu produk yang turut bersaing di pasar adalah *hand body lotion* Vaseline. Melihat terlalu banyaknya persaingan antara berbagai produk yang satu dengan yang lain, maka konsumen dapat memilih dengan mudah dalam melakukan pembelian suatu produk. Mempertahankan pelanggan dan mendapatkan konsumen baru bukanlah persoalan yang mudah. Perusahaan akan melakukan berbagai strategi untuk dapat bersaing dengan pesaingnya dan strategi yang diambil oleh

perusahaan haruslah tepat.

Vaseline adalah salah satu contoh produk yang mempunyai keunggulan diantara produk *hand body lotion* yang lain. *Hand body lotion* Vaseline mulai diketahui namanya pada tahun 1872 sampai pada masa sekarang ini. Memiliki kulit yang cantik dan sehat adalah impian semua wanita. Namun, tidak semudah itu kita bisa memilikinya. Terdapat banyak perawatan yang harus dilakukan baik dari luar maupun dalam diri. Perawatan kulit tidak dapat sembarangan dilakukan karena kita harus mengetahui jenis dari kulit kita sendiri sehingga dapat menentukan jenis perawatan yang sesuai dan aman bagi kulit kita. Tentunya semua itu perlu biaya yang mungkin saja akan menguras dompet kita. Tapi pada kenyataannya, dapat kita lihat banyaknya produk perawatan kulit yang praktis dan bisa didapatkan dengan harga yang lebih terjangkau.

Perusahaan di Indonesia banyak yang mempunyai pangsa pasar yang besar perusahaan distributor termasuk salah satunya, perusahaan ini ialah perusahaan komersial yang berfokus pada jual beli produk dan menyalurkan kepada para pengencer, yang selanjutnya pengencer akan menyalurkan kepada konsumen akhir. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, produk yang di jual harus mempunyai kualitas yang baik, harga dapat terjangkau dari semua kalangan dan promosi yang bagus. Kualitas merupakan penilaian konsumen sebelum melakukan pembelian produk, produk yang berkualitas bisa dilihat dari harga, merek, bentuk fisik, volume atau daya tahan, nyaman digunakan dan memiliki banyak peminat.

Kualitas produk menjadi salah satu yang dipertimbangkan. Perusahaan harus mampu menciptakan suatu kualitas produk yang sesuai dengan harapan

konsumen agar dapat memuaskan konsumen yang akhirnya menguntungkan perusahaan juga. Konsumen akan mempertimbangkan faktor kualitas dalam menentukan pilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Semakin tinggi kualitas, menyebabkan semakin tingginya kemungkinan minat beli konsumen, dan semakin mendorong konsumen untuk mengonsumsi produk secara rutin.

Selain memandang kualitas produk, konsumen juga memperhatikan harga sebagai pertimbangan dalam melakukan pembelian dan merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Harga produk di terapkan untuk menciptakan nilai pelanggan. Konsumen cenderung memilih produk yang berkualitas, namun memiliki harga yang sesuai dengan harapan, keinginan serta daya beli konsumen. Oleh sebab itu harga produk yang sesuai dengan kualitas yang baik akan memberikan dampak pada setiap pembelian.

Salah satu survei merek di Indonesia yang dijadikan sebagai indikator kinerja sebuah merek di Indonesia adalah *Top Brand Award*. Konsep tentang *Top Brand* mengenai merek suatu produk didasarkan pada tiga parameter yaitu: merek yang paling diingat (*top of mind*), merek yang terakhir kali dibeli atau dikonsumsi (*last used*), serta merek yang akan dipilih kembali di masa mendatang (*future intention*). Ketiga parameter tersebut diformulasikan dengan cara menghitung rata-rata terboboti masing-masing parameter untuk membentuk *Top Brand Index* (TBI). Kriteria yang harus dipenuhi adalah memperoleh *Top Brand Index* minimum sebesar 10% dan berada dalam posisi top three di dalam kategori produknya. Pada dua kategori tersebut tidak menutup kemungkinan dalam satu kategori produk terdapat lebih dari satu merek, maksimal tiga merek yang meraih predikat Top

Brand. Survei Top Brand juga melakukan survei pada hand and body lotion seperti yang terlihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. 5
Top Brand Index Hand and Body Lotion 2018 - 2022

Nama Brand	2018	2019	2020	2021	2022
Citra	38,30	31,50	29,10	29,60	29,70
Marina	17,80	22,40	16,20	13,60	15,90
Vaseline	12,30	19,70	20,80	17,80	15,50
Nivea	6,20	5,40	8,80	8,90	7,20
Body shop	0	0	0	5.60	3.70

Sumber : Top Brand Award (2023).

Berdasarkan tabel 1.5 di atas dapat dilihat bahwa *hand body lotion* Vaseline berada diposisi ketiga pada *Top Brand Index*. Selama lima periode ke belakang yaitu dari tahun 2018-2022 *hand body lotion* vaseline cenderung fluktuatif, namun pada tahun 2022 mengalami penurunan. Pada tahun 2020 mendapatkan sebesar 12,30%, setelah itu terjadinya kenaikan sehingga berada pada nilai 19,70%. Selanjutnya di tahun 2020 mengalami penurunan dengan mendapatkan sebesar 20,80%. Di tahun 2021-2022 Marina mengalami penurunan kembali yaitu di 2021 mendapatkan 17,80% dan di tahun 2022 mendapatkan 15,50%. Dilihat dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa, *hand body lotion* Vasline berada di posisi ketiga pada *Top Brand Index* selama lima periode ke belakang yaitu dari tahun 2018-2022 cenderung *flukluatif*. *Flukluatif* konsumen diakibatkan karena kurangnya minat beli ulang konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Hal tersebut sehingga menyebabkan kelabilan atau naik turun pada penjualan.

Tabel 1. 6

Daftar Harga Hand and Body Lotion 2018 – 2022

No	Merek	Harga			
		2019	2020	2021	2022
1	Citra Hand Body Lotion 200 MI	Rp 18.350	Rp 22.800	Rp 23.900	Rp 27.500
2	Vaseline Hand Body Lotion 200 MI	Rp 27.500	Rp 28.000	Rp 30.900	Rp 35.000
3	Purbasari Hand Body Lotion 200 MI	Rp 14.000	Rp 15.800	Rp 18.200	Rp 19.500
4	Marina Hand Body Lotion 200 MI	Rp 8.500	Rp 9.000	Rp 9.500	Rp 10.800
5	Shinzui Hand Body Lotion 200 MI	Rp 13.000	Rp 15.700	Rp 17.500	Rp 18.800
6	Emeron Lovely Hand Body Lotion 200 MI	Rp 8.900	Rp 10.000	Rp 13.500	Rp 17.000

Sumber : Iprice.com (2023).

Berdasarkan tabel 1.6 dapat dilihat bahwa harga *hand body lotion* beberapa merek yang ada seperti Citra, Vaseline, Purbasari, Marina,Shinzui, Dan Emeron Lovely mengalami kenaikan di setiap tahunnya. Berdasarkan tabel di atas harga paling rendah yaitu merek Marina yang berada di kisaran 8.500 sampai dengan 10.800, sedangkan harga paling tinggi terdapat pada merek Vaseline yang berkisar dari 27.500 sampai dengan 35.000. Harga dari merek Vaseline hampir tiga kali lipat dari harga merek Marina.

Salah satu cara membantu dalam keputusan pembelian adalah melalui promosi yakni komunikasi yang menginformasikan kepada calon pembeli sebuah atau sesuatu pendapatan atau memperoleh respon. Salah satu alat yang digunakan perusahaan dalam mengarahkan komunikasi persuasif produknya adalah dengan

iklan. secara singkat iklan di definisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditunjukkan kepada masyarakat lewat satu media.

Promosi penjualan penting untuk dilakukan agar konsumen melakukan pembelian ulang karena adanya produk yang dijual dengan harga dan kualitas produk yang baik. Promosi penjualan sebagai salah satu variabel bauran pemasaran mempunyai peranan penting dalam menyampaikan informasi mengenai produk perusahaan kepada konsumen sehingga mudah untuk dikenali dan menimbulkan suatu keinginan untuk melakukan pembelian ulang suatu produk.

Keputusan Pembelian merupakan proses dimana konsumen mengenali dan mencari suatu masalah dalam produk tersebut. Memilah memilih mana yang layak di beli pada produk tersebut. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah proses pengambil keputusan oleh konsumen untuk membeli atau tidaknya produk tersebut setelah mengetahui bibit bobot nya produk itu agar tidak kecewa saat datang nya keputusan untuk membeli.

Tabel 1. 7
Daftar Lokasi Dan Rating Toko Kosmetik Di Kota Cimahi

No	Nama Toko	Alamat	Rating
1	Toko Sinar Maskosmetik	Jalan Gandawijaya No.23 Karangmekar, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi.	4.4
2	Putra Bangka Kosmetik	Jalan Gandawijaya No.66 Karangmekar, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi.	4.2
3	La Coga Kosmetik	Jalan Gandawijaya No.29 Karangmekar, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi.	4.2
4	D'beauty Kosmetik	Jalan Gandawijaya, Cimahi Mall, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi.	4.1
5	Vienna Brilliant Kosmetik	Jalan Sriwijaya Raya Karangmekar, Kec. Cimahi	4.1

		Tengah, Kota Cimahi.	
6	Toko Kosmetik Tiga Saudara	Jalan Kolonel Masturi No.4 Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi.	4.0
7	Kanita Kosmetik	Jalan margamulya No.01 citeureup , Kec. Cimahi utara, Kota Cimahi.	3.98
8	Marwah Cimahi	Jalan Cihanjuang No.20 Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi.	3.85
9	Cahaya Kosmetik	Jalan Karmita No.18B Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi.	4.0
10	Zarryah Beauty	Jalan Permana Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi.	3.7
11	Joy Accesories Dan Cosmetics	Jalan Gandawijaya No.57 Karangmekar, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi.	4.0
12	Nadia Store	Jalan Kalidam No.112 Karangmekar, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi.	3.67
13	Hyza Beauty	Jalan Taman Mutiara No.E2 Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi.	3.4
14	Yurri Diera Kosmetik	Jalan Gandawijaya No.49 Karangmekar, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi.	3.1

Sumber : ulasantempat.com (2023).

Berdasarkan tabel 1.7 toko kosmetik Yurri Diera Kosmetik memiliki rating terendah hanya 3.1% saja dibandingkan 13 kompetitor lainnya. Sedangkan toko Sinar Kosmetik memiliki rating tertinggi sebesar 4.4% dan Putra Bangka Kosmetik mendapatkan rating 4.2% dan dilanjutkan oleh toko kosmetik lainnya. Dari data di atas peneliti akan melakukan penelitian yang lebih mendalam pada toko kosmetik Yurri Diera Kosmetik untuk mengetahui masalah yang ada pada Yurri Diera Kosmetik. Sebuah toko kosmetik harus memiliki faktor penting yang bisa membuat konsumen merasa tertarik untuk membeli produk

Tabel 1. 8

Data Penjualan Produk Hand Body Lotion Yurri Diera Kosmetik

No	Produk	2019	2020	2021	2022	Jumlah
1	Citra	235	361	398	405	1.399
2	Marina	220	369	380	412	1.381
3	Vaseline	167	269	243	229	902
4	Body shop	178	270	277	313	1.038
5	Herborist	201	274	295	315	1.085
6	Shinzui	192	255	280	297	1.024

Sumber : Yurri Diera Kosmetik (2023)

Berdasarkan tabel 1.8 dapat dilihat bahwa penjualan pada produk *hand body lotion* dalam empat tahun 2019 – 2022, dengan jumlah penjualan *hand body lotion* Citra yaitu sebesar 1.399unit, hand body lotion Marina 1.381unit, dan *hand body lotion* Vaseline yaitu sebesar 902unit, hand body lotion body shop yaitu sebesar 1.038, hand body lotion herborist yaitu sebesar 1.085, dan handbody lotion shinzui yaitu sebesar 1.024. penjualan tertinggi dipegang oleh handbody lotion citra, dan penjualan terendah dipegang oleh hand body lotion Vaseline. Hand body lotion Vaseline terendah dibanding produk hand body lotion lainnya.

Tabel 1. 9
Data Penjualan Produk Hand Body Lotion Vaseline di Toko Yurri Diera Kosmetik

No	Bulan	Tahun			
		2019	2020	2021	2022
1	Januari	11	15	12	14
2	Februari	16	28	28	22
3	Maret	16	19	19	18
4	April	9	22	25	21
5	Mei	11	21	16	23
6	Juni	15	26	22	27
7	Juli	17	13	20	16
8	Agustus	18	27	25	22
9	September	12	30	26	24
10	Oktober	14	28	18	17

11	November	16	15	15	14
12	Desember	12	25	17	11
Jumlah		167	269	243	229

Sumber : Yurri Diera Kosmetik (2023)

Berdasarkan tabel 1.9 dapat dilihat bahwa penjualan pada produk *hand body lotion* Vaseline pada tahun 2019 yaitu sebesar 167unit yang terjual, lalu mengalami kenaikan pada tahun 2020 sebesar 269unit, namun pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 243unit dan pada tahun 2022 mengalami penurunan kembali sebesar 229unit. Hal ini memnentukan bahwa terdapat masalah dalam penjualan *hand body lotion* vaseline pada toko yurri diera kosmetik.

Dalam menentukan bagaimana penilaian awal konsumen terhadap keempat variabel yang telah dijelaskan diatas, penulis melakukan penelitian pendahuluan yang bertujuan untuk mengetahui gambaran awal kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian yang ada di produk hand and body lotion vaseline. Berikut adalah tabel penelitian pendahuluan produk *hand body lotion* Vaseline yang ditunjukkan pada halaman 14.

Tabel 1. 10
Hasil Kuisiонер Penelitian Pendahuluan Mengenai Keputusan Pembelian Pada Produk Hand and Body Lotion Vaseline

Indikator	Pertanyaan	Jawaban					Rata - Rata	Kriteria
		ST S (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
Keputusan Pembelian	Produk Hand & Body Lotion Vaseline menjadi pilihan utama Customer	2	14	8	6	0	2,6	Kurang Baik
	Memilih Produk Hand & Body Lotion vaseline adalah pilihan yang tepat karena memiliki kualitas yang baik	4	7	12	7	0	2,7	Kurang Baik

Indikator	Pertanyaan	Jawaban					Rata - Rata	Kriteria
		ST S (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
	Masyarakat lebih memilih Produk Hand & Body Lotion vaseline dibandingkan produk lain karena harganya terjangkau	1	10	10	9	0	2,9	Kurang Baik
Kepuasan Konsumen	Produk yang Hand & Body Lotion vaseline memuaskan	2	0	9	15	4	3,63	Baik
	Saya sangat setuju dengan produk yang ditawarkan pada hand body lotion Vaseline	2	5	2	8	13	3,83	Baik
Loyalitas Konsumen	Saya menggunakan Produk Hand & Body Lotion vaseline	1	1	11	14	3	3,56	Baik
	Saya merekomendasikan Produk Hand & Body Lotion vaseline kepada teman dan keluarga	0	0	8	18	4	3,86	Baik

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Tabel 1.10 adalah tabel penelitian pendahuluan yang dibagikan kepada 30 sampel untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai keputusan pembelian, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen terhadap produk hand and body lotion vaseline. Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa hasil kuisisioner yang diberi tanda berwarna kuning diindikasikan yang paling bermasalah memiliki rata-rata nilai di bawah 3 yang menunjukkan bahwa responden belum setuju terhadap apa yang ditawarkan oleh produk *hand body lotion* vaseline. Berdasarkan hasil tersebut

peneliti akan meneliti lebih lanjut mengenai keputusan pembelian *hand body lotion* Vaseline.

Tabel 1. 11
Hasil Kuisiner Bauran Pemasaran Pada Produk Hand and Body Lotion Vaseline

Keterangan	Pertanyaan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
Produk	Kualitas Produk Hand & Body Lotion vaseline kurang memuaskan dibanding dengan merek lain	0	13	7	9	1	2,9	Kurang Baik
	Jenis-jenis produk yang diberikan Produk Hand & Body Lotion vaseline menguntungkan untuk customers	2	11	11	5	1	2,7	Kurang Baik
	Produk-produk yang diberikan oleh Hand & Body Lotion vaseline bisa mencerahkan kulit	2	11	11	6	0	2,7	Kurang Baik
	Produk Hand & Body Lotion vaseline mengutamakan kualitas	4	13	10	6	0	2,70	Kurang Baik
Lokasi	Produk Hand & Body Lotion vaseline ada dimana-mana	4	1	8	11	6	3,46	Baik
	Lokasi Hand & Body Lotion vaseline lokasinya mudah dijangkau kendaraan umum atau pribadi	6	5	8	9	6	3,53	Baik

Keterangan	Pertanyaan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
	Letak lokasi Hand & Body Lotion vaseline dapat lebih banyak menarik minat konsumen	1	8	5	8	8	3,46	Baik
Promosi	Saya sering menemukan bentuk promosi produk-produk Hand & Body Lotion vaseline melalui brosur	7	10	5	7	1	2,5	Kurang Baik
	Hand & Body Lotion vaseline sering melakukan promosi penjualan sangat menarik (diskon besar)	6	9	13	2	0	2,36	Kurang Baik
	Promosi pemasaran Hand & Body Lotion vaseline menentukan saya dalam memilih kualitas yang diberikan olehnya.	4	8	6	8	4	2,86	Kurang Baik
	Promosi yang dilakukan Hand & Body Lotion vaseline memenuhi keinginan customers	2	11	11	6	0	2,7	Kurang Baik
Harga	Hand & Body Lotion vaseline menawarkan harga sesuai dengan kualitas produk	0	13	7	9	1	2,9	Kurang Baik
	Hand & Body Lotion vaseline menawarkan harga	1	10	10	9	0	2,9	Kurang Baik

Keterangan	Pertanyaan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
	yang terjangkau bagi tiap kalangan							
	Harga Hand & Body Lotion vaseline dapat bersaing dengan pesaing lain	5	12	4	7	2	2,63	Kurang Baik
Citra Merek	Citra Merek Hand & Body Lotion Vaseline dinilai baik	1	1	11	14	3	3,56	Baik
	Merek Hand & Body Lotion jarang mengalami keluhan dari customer	0	8	6	9	7	3,5	Baik
	Merek Hand & Body Lotion vaseline tidak pernah mengalami kerusakan produk	0	2	14	12	2	3,46	Baik
	CSR Merek Hand & Body Lotion vaseline telah sesuai harapan	2	0	9	15	4	3,63	Baik
Proses	Proses pelayanan pada kasir di Hand & Body Lotion vaseline t relatif cepat	1	8	5	8	8	3,46	Baik
	Staf Hand & Body Lotion vaseline cepat tanggap dalam menghadapi keluhan pelanggan	1	3	14	10	2	3,73	Baik
	Proses dalam pemilihan produk Hand & Body Lotion vaselinerelatif nyaman	2	4	5	9	10	3,70	Baik

Keterangan	Pertanyaan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
Bukti Fisik	Interior di Hand & Body Lotion vaseline menarik	0	3	16	10	1	3,30	Baik
	Ketersediaan Hand & Body Lotion vaseline selalu ada	1	3	11	8	7	3,56	Baik
	Tampilan Hand & Body Lotion vaseline menarik minat untuk berkunjung	1	5	9	10	5	3,43	Baik
	Fasilitas Hand & Body Lotion vaseline sudah lengkap	2	1	1	18	8	3,13	Baik

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas terlihat bauran pemasaran beberapa aspek yang dinilai oleh 30 responden. Tabel tersebut menjelaskan bahwa terdapat tiga aspek hasil kuesioner yang diberi tanda berwarna kuning diindikasikan paling bermasalah karena memiliki nilai dibawah rata-rata. Tabel tersebut menyimpulkan bahwa terdapat permasalahan dinilai responden kurang memuaskan atau kurang setuju yaitu pada bagian produk, promosi, dan harga yang memiliki rata-rata dibawah 3 hal ini menunjukkan variable yang paling mendominasi.

Kualitas produk merupakan variabel yang sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan dalam memberikan kualitas kepada konsumen. Kualitas produk

memiliki arti penting bagi nilai konsumen. Produk perlu disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan konsumen agar pemasaran produk berhasil.

Selanjutnya variabel yang terindikasi terdapat masalah adalah persepsi harga, hasil penelitian responden menyatakan bahwa banyak sekali dari sebagian responden menyatakan bahwa banyak sekali dari sebagian responden menjawab kurang setuju. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk hand body lotion Vaseline adalah harga. Harga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha karena harga merupakan salah satu determinan penting dalam keputusan pembelian. Harga tidak bisa ditentukan oleh keinginan perusahaan itu sendiri, tetapi oleh pasar. Harga terlalu tinggi akan mengurangi penjualan dan keuntungan, tetapi harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan kecurigaan.

Selain harga, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu promosi penjualan. Promosi penjualan yaitu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat suatu produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.

Dalam Keputusan pembelian berkaitan erat dengan perilaku konsumen dalam memilih suatu pilihan produk yang akan dibeli. Perilaku keputusan pembelian menjadi penting untuk diteliti karena keputusan pembelian ini mampu membuat keinginan dan kebutuhan konsumen menjadi terpenuhi. Sejalan dengan teori (Kotler & Keller, 2022) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen dalam memilih, membeli dan

menggunakan suatu produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana kualitas produk, persepsi harga dan promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penjelasan yang diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian, sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Hand Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Pada Pengguna Hand Body Lotion Di Toko Yurri Diera Kosmetik Kota Cimahi)”**.

1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah Penelitian

Pada sub-bab ini peneliti akan membuat identifikasi masalah dan rumusan masalah penelitian mengenai kualitas produk, persepsi harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Identifikasi masalah ini diperoleh dari latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini.

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat mengidentifikasi yang terjadi diantaranya sebagai berikut:

1. Terjadinya Top brand produk hand and body lotion yang masih dipegang oleh produk lain karena kualitas produk yang dirasa masih kurang bersaing dengan produk lain.

2. Harga yang lebih mahal dibandingkan produk lain.
3. Promosi yang kurang gencar dilakukan.
4. Kualitas produk hand pada body lotion Vaseline dianggap tidak sesuai dengan yang diberikan.
5. Promosi pada hand body lotion Vaseline yang jarang ditemukan melalui brosur.
6. Hand body lotion Vaseline tidak melakukan diskon untuk menarik customer.
7. Harga hand body lotion Vaseline yang tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan.
8. Harga hand body lotion Vaseline tidak semua kalangan dapat terjangkau.
9. Produk hand body lotion Vaseline tidak menjadi pilihan utama customer.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk pada Hand Body Lotion Vaseline.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai persepsi harga pada Hand Body Lotion Vaseline.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai promosi penjualan pada Hand Body Lotion Vaseline.
4. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian pada Hand Body Lotion Vaseline.

5. Seberapa besar pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada hand and body lotion Vaseline secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam melakukan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis hal-hal sebagai berikut :

1. Tanggapan konsumen mengenai kualitas produk pada Hand Body Lotion Vaseline.
2. Tanggapan konsumen mengenai persepsi harga pada Hand Body Lotion Vaseline.
3. Tanggapan konsumen mengenai promosi penjualan pada Hand Body Lotion Vaseline.
4. Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian pada Hand Body Lotion Vaseline.
5. Besarnya pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada Hand Body Lotion Vaseline baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran, bahan referensi, menambah wawasan, pengetahuan dalam bidang pemasaran dan dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang berhubungan dengan penelitian ini. Hasil

dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

Adapun kegunaan yang diharapkan peneliti sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangan pemikiran dan bahan referensi untuk dapat membantu menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran. Serta dapat digunakan sebagai referensi atau bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

1. Bagi peneliti
 - a. Sebagai alat untuk mempraktekan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan serta wawasan
 - b. Menambah ilmu pengetahuan mengenai pemasaran khususnya mengenai kualitas produk, persepsi harga, promosi penjualan, dan keputusan pembelian.
 - c. Menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman yang belum peneliti peroleh pada saat perkuliahan dengan membandingkan teori dengan praktek
2. Pihak lain
 - a. Dapat memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu manajemen pemasaran
 - b. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain sebagai acuan atau bandingan

bilamana akan melakukan penelitian dan mengkaji lebih dalam dengan permasalahan yang seupa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan berharap dapat berguna bagi banyak pihak yang bersangkutan, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

- a. Menjadi lebih memahami keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk, persepsi harga, dan promosi penjualan pada produk hand body lotion Vaseline di toko yurri di era kosmetik kota cimahi.
- b. Mengetahui hasil dari pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada produk hand body lotion Vaseline di toko yurri di era kosmetik kota ciamahi.

2. Bagi Perusahaan

- a. Mengetahui bagaimana dampak kualitas produk, persepsi harga, promosi penjualan mempengaruhi keputusan pembelian pada produk hand body lotion Vaseline di toko yurri di era kosmetik kota cimahi.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan dan bisa menjadi bahan evaluasi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan saat ini dan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Lain

- a. Membantu pembaca mengetahui dan mengerti apa itu pengaruh kualitas

pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi penjualan terhadap keputusan pembelian.

- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi atau bahan referensi untuk para pembaca yang akan melakukan penelitian pada bidang serupa.