

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang pesat merupakan fenomena penting yang dialami dunia hanya semenjak dua abad belakangan ini. Pada masa ini keadaan sudah sangat berbeda. Kemampuan manusia untuk meningkatkan serta menumbuhkan taraf hidup semakin tinggi. Pertumbuhan ekonomi yang pesat membuat penghasilan masyarakat semakin meningkat, hal ini mengakibatkan gaya hidup serta kebutuhan hidup semakin bertambah. Oleh karena itu, banyak perusahaan bersaing secara kompetitif untuk memberikan dan menyediakan kebutuhan-kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat sesuai dengan perkembangan zaman. Ditinjau dari sudut pandang ekonomi, perkembangan ekonomi dunia yang berlaku semenjak dua abad yang lalu menimbulkan dua efek penting yang sangat menggalakkan :

- a. Kemakmuran atau taraf hidup masyarakat semakin meningkat
- b. Masyarakat dapat menciptakan kesempatan kerja yang baru kepada penduduk yang terus bertambah jumlahnya.

Masuknya bisnis ritel dari luar negeri memacu bisnis domestik untuk meningkatkan dan menguatkan produk domestik secara profesional. Berbagai ragam produk yang ditawarkan perusahaan

membuat konsumen mengalami banyak pilihan. Hal itu menambah kemampuan perusahaan untuk mengelompokkan produk sesuai dengan pasar dan kebutuhan konsumen. Dalam pengelompokan sesuai dengan kebutuhan pasar salah satunya dapat dilihat dari sektor kecantikan. Kecantikan sangat diidam-idamkan oleh kaum wanita pada khususnya. Banyak perusahaan nasional maupun multinasional dibidang kecantikan yang bersaing secara kompetitif memberikan produk yang baik dan berkualitas untuk konsumen.

Jika dijelaskan atau diuraikan secara teori kecantikan merupakan anugerah. Anugerah yang seharusnya tidak mudah diberikan dan diumbar-umbar. Kecantikan adalah sesuatu yang berharga bagi setiap wanita di dunia yang sangat dijaga dan diupayakan sebisa mungkin untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Ketika zaman semakin terus berkembang, modernisasi menganggap kecantikan wanita terutama harus ditampilkan dan diperlihatkan pada semua orang. Di zaman modernisasi saat ini memperoleh kecantikan dapat melalui beberapa cara seperti mempercantik diri dengan menggunakan kosmetik. Kosmetik merupakan hal yang sangat dibutuhkan bagi kaum wanita sampai saat ini. Kosmetik telah dikenal manusia berabad-abad yang lalu. Pada dasarnya kosmetik adalah produk yang berfungsi untuk perawatan pada tubuh. Secara terminologi kosmetik dapat diartikan sebagai zat perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Pada umumnya kosmetik

menggunakan campuran dari beragam senyawa kimia, beberapa dibuat dari senyawa alami dan kebanyakan dibuat dari bahan sintetis.

Produk kosmetik merupakan salah satu pendukung untuk memperoleh kecantikan pada diri manusia. Kosmetik memiliki beragam produk seperti shampoo, pasta gigi, bedak, lotion, krim, lulur, lipstik, parfum dan lain sebagainya. Oleh karena itu, banyak perusahaan kosmetik bermunculan. Banyaknya ragam produk kosmetik yang merupakan kebutuhan dari manusia terutama kaum wanita membuat perusahaan-perusahaan kosmetik luar negeri maupun perusahaan kosmetik domestik berlomba-lomba mempromosikan dan membuat produk terbaik untuk para konsumen.

Berdasarkan dengan latar belakang masalah yang sudah diuraikan, maka menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul : “**Analisis Pengaruh Identitas Merek, Kualitas Produk, dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Konsumen Pada Produk Kosmetik di Surakarta**”.

B. Perumusan Masalah

- a. Adakah pengaruh Identitas Merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik?
- b. Adakah pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik?

- c. Adakah pengaruh *Brand Ambassador* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik?
- d. Apakah Identitas Merek, Kualitas Produk dan *Brand Ambassador* bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian kembali konsumen pada produk kosmetik?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan menguji pengaruh identitas merek, kualitas produk dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian kembali pada produk kosmetik di Surakarta. Sedangkan secara spesifikasi tujuan penelitian ini adalah :

- a. Menguji pengaruh tentang identitas merek pada produk kosmetik
- b. Menguji pengaruh tentang kualitas produk pada produk kosmetik
- c. Menguji pengaruh tentang *brand ambassador* pada produk kosmetik

D. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat penelitian ini adalah :

- a. Manfaat Praktis
 - 1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam menganalisis persoalan berdasarkan teori yang telah diperoleh dibangku kuliah dengan fakta dan kenyataan yang ada.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain dalam hal pengaruh identitas merek, kualitas produk, dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian kembali.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam menganalisis identitas merek, kualitas produk dan *brand ambassador*. Penelitian ini juga dapat membantu meningkatkan penjualan perusahaan.

b. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini akan menjadi referensi atau penguatan teori tentang identitas merek, kualitas produk dan *brand ambassador* menjadi penentu dari keputusan pembelian kembali konsumen pada produk kosmetik.