

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya kaum wanita di era modern ini. Kondisi ini banyak dimanfaatkan oleh produsen kosmetik yang akhirnya membuat produk-produk kecantikan yang berupa obat-obatan yang dikemas dalam berbagai macam bentuk kosmetik untuk digunakan sehari-hari oleh konsumen. Salah satu produk kecantikan yang saat ini sedang laris manis di pasaran yaitu Jafra. Jafra adalah salah satu industri kosmetik yang berhasil menciptakan produk dengan harga dan kualitas yang terjamin mutu dan terkenal dengan produk-produk dengan bahan alaminya. Produk ini telah diproduksi sejak tahun 1956 namun baru memasuki pasar di Indonesia pada tahun 2013 (Narwastu, 2017). Jafra sudah memiliki sertifikat dan badan hukum yang kuat tentang layak jual dan layak pakai produknya. Artinya Jafra tidak mengandung bahan berbahaya seperti merkury, hidrocynon, plasenta, darah, dan tidak diuji coba pada binatang.

Menurut Stanton (1996) dalam (Jamil, Rachma, & Slamet, 2015) Faktor yang berpotensi meningkatkan kemungkinan seseorang untuk membeli suatu produk, yakni terkait dengan evaluasi terhadap kualitas produk, harga, merek, keunikan produk dari segi desain, dan warna serta layanan yang diberikan. Kotler dan Keller (2009) dalam (Fatmawati & Soliha, 2017)

mendefinisikan keputusan pembelian sebagai suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.

Burton et al. 1998, Sinha and Batra 1999-2000, Garretson et al. 2002 dalam (Fatmawati & Soliha, 2017) mendefinisikan persepsi harga sebagai kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kualitas produk. Harga merupakan salah satu faktor penting yang melatar belakangi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan. Para konsumen mengharapkan uang yang mereka keluarkan sesuai dengan kualitas yang mereka dapatkan. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fatimawati & Euis Soliha (2017) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Vania, Silvy & Silcyljoeva (2019) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian.

Selain itu, konsumen juga memiliki persepsi terhadap kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu brand. Susanto dan Wijanarko (2004) dalam (Fatimah, 2014) mendefinisikan persepsi kualitas (Perceived Quality) sebagai persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa berkenaan dengan maksud yang diharapkan. Persepsi terhadap kualitas suatu produk berbeda-beda bagi setiap konsumen tergantung kepentingan yang mereka kehendaki. Kualitas merupakan salah

satu faktor penunjang keberhasilan dan bertahannya hidup suatu produk dalam persaingan yang ketat seperti sekarang ini. Penelitian yang dilakukan oleh Krystia Tambunan (2012) menunjukkan bahwa persepsi kualitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bandeng presto. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Reza Zulfikar Fahmi (2016) menunjukkan persepsi kualitas produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor lain yang dapat menjadi pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian yaitu fitur. Fandy Tjiptono (2002) dalam (Prasetya, 2016) mendefinisikan bahwa fitur adalah unsur-unsur dari sebuah produk yang dipandang penting oleh para konsumen serta dijadikan dasar pengambilan sebuah keputusan pembelian. Semakin lengkap fitur yang ada pada suatu produk, maka akan semakin besar peluang konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Dimas Prasetya (2016) menunjukkan bahwa fitur produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Reza Zulfikar Fahmi (2016) menunjukkan bahwa fitur produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk menulis penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jafra Skincare”**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk jafra skincare di Solo raya?
2. Apakah persepsi kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk jafra skincare di Solo raya?
3. Apakah fitur produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk jafra skincare di Solo raya?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk Jafra Skincare di Solo raya.
2. Mengetahui pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk jafra skincare di Solo raya.
3. Mengetahui pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian produk jafra skincare di Solo raya.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain untuk pengembangan lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian. Selibhnya penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi ilmiah yang memiliki manfaat dibidang akademik.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan wawasan serta ilmu pengetahuan yang lebih luas bagi kalangan akademik dan bagi pelaku usaha terutama produsen produk kecantikan guna menambah informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Dalam penelitian ini akan dibahas berbagai hal secara garis besar yakni sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini berisi tentang tinjauan teori yang berkaitan dengan penelitian yang digunakan sebagai bahan acuan dalam melakukan penelitian

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai jenis penelitian mengenai jenis penelitian dan definisi serta pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian. Selain itu juga dijelaskan mengenai sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel, dan metode analisis data.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai sejarah singkat objek penelitian dan analisis data pengujian hipotesis dan intepretasi hasil.

#### BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan keterbatasan penelitian, serta saran sebagai bahan masukan dan yang berkaitan dengan penelitian.