

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan fashion senantiasa berkembang, begitu juga dengan *trend* make up sekarang ini. Mengikuti *trend* terbaru bagi kaum wanita merupakan sebuah keharusan. Berbagai jenis make up dengan trend unik dan cantik yang banyak bermunculan. yang biasanya banyak digunakan oleh kalangan wanita untuk pergi ke acara pesta maupun acara lainnya. Namun untuk make up harian atau acara santai biasanya banyak digunakan cenderung ke model yang biasa, dimana make up yang di gunakan mungkin yang kualitas rendah dan lebih murah.

Konsumen cenderung sangat memperhatikan penampilannya khususnya wanita. Kebanyakan dari mereka menggunakan make up yang tidak terlalu ribet, dengan bentuk yang simple dan mudah dibawa. Banyak sekali terobosan baru membuat alat kosmetik tersebut sangat diminati banyak kalangan terutama para mahasiswa. Alat cosmetic memberikan kepuasan tersendiri bagi setiap orang yang memakainya. Dilihat dari faktor kenyamanan si pemakai, alat *cosmetic wardah* lebih aman di pakai karna sudah berlabel HALAL.

Menurut Basu Swastha & Irawan, (2005:241) Harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Penetapan suatu tingkat harga bagi konsumen pada dasarnya merupakan gagasan yang didorong oleh perkembangan perdagangan dan umumnya disebabkan oleh jenis produk atau

jasa. Harga sering menjadi faktor penentu dalam pembelian dan tidak menutup kemungkinan faktor-faktor lain juga dapat menjadi faktor penentuan dalam pembelian. Harga Wardah adalah makeup yang cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia. harga Wardah yang termurah adalah wardah Wondershine dengan harga Rp 29.000 dan yang termahal adalah wardah Wondershine dengan harga Rp 32.500 dengan harga yang ditawarkan pihak Wardah sangatlah terjangkau dikalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2012 kelas pagi. Dengan harga murah dan terjangkau namun produk wardah adalah merupakan produk yang terkenal dan berkelas serta produk yang berkualitas.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2008:273) Dalam konsisten yang tinggi tersebut kualitas produk berarti kualitas kesesuaian yaitu bebas dari kecacatan dan kekonsistenan dalam memberikan tingkatan kualitas yang akan dicapai/dijanjikan, jadi, dalam prakteknya semua perusahaan harus berusaha keras memberikan tingkatan kualitas kesesuaian yang tinggi. Beragamnya jenis alat make up saat ini telah membuat konsumen sedikit banyak mempunyai keinginan untuk membeli. Apalagi jenis model yang cocok untuk dipakai disaat menjalani rutinitas misalnya pada waktu menuntut ilmu dikampus. Jenis cosmetic "wardah" adalah merupakan salah satu merek yang berkualitas yang saat ini sedang trend dikalangan anak muda. Tidak jarang merek kosmetik ini digunakan saat perkuliahan berlangsung .

Keputusan pembelian terhadap alat kosmetik ini dipengaruhi oleh tersedianya berbagai macam pilihan variasi harga dan kualitasnya yang beragam. Persaingan dunia bisnis yang semakin ketat dalam memperebutkan

konsumen mengharuskan perusahaan untuk berusaha keras dalam menarik konsumen. Setiap perusahaan selalu dituntut untuk merancang strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Melalui strategi pemasaran yang tepat, hal ini akan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang pada akhirnya nanti akan menjadikan perusahaan tersebut berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Dari dulu ketika sistem penjualannya masih door to door hingga kini tersebar banyak outlet wardah kosmetik diseluruh mall dan department store di Indonesia sehingga sangat memudahkan konsumen dalam produk tersebut. Wardah kosmetik mampu bertahan dalam derasnya persaingan dengan berbagai macam produk internasional. Hal ini dibuktikan dengan eksistensi wardah kosmetik sebagai make up artis di berbagai acara bergengsi di televisi, sinetron, dan film layar lebar juga kepercayaan konsumen yang semakin banyak menggunakan produk ini.

Wardah kosmetik adalah perusahaan kosmetik Indonesia yang pertama kali mendapat setifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Karena telah mendapatkan sertifikasi dari MUI maka insya allah produk wardah kosmetik telah memenuhi syarat kehalalan suatu produk.

Berikut ini di sajikan data penjualan produk kosmetik wardah periode 2001-2015:

**Data penjualan produk kosmetik
Wardah Periode 2007-2011**

No	Tahun	Penjualan
1	2011	5.333.406
2	2012	6.504.736
3	2013	7.484.990
4	2014	8.701.262
5	2015	10.482.312

Sumber : Wardah, Jl. Iskandar Muda, Medan

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengambil masalah dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Dalam penelitian ini penulis mengambil objek penelitian pada jenis kosmetik bermerek Wardah, dengan judul “ **Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang penulis kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

3. Apakah kualitas produk dan Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada dalam pemasaran khususnya dari segi kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat kebijaksanaan untuk memecahkan masalah keputusan pembelian yang sedang dihadapi perusahaan baik dari segi kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau acuan bagi peneliti berikutnya dan menindaklanjuti dengan penelitian yang baru.

4. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area

Sebagai bahan masukan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

.