

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kecantikan menjadi sebuah definisi yang melekat pada wanita, hingga saat ini tidak ada rumus yang baku untuk mengartikan kata ‘cantik’ sehingga menimbulkan versi yang bermacam-macam. Sejalan dengan perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era modern ini. Perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya untuk kaum wanita. Gaya hidup saat ini menuntut untuk lebih memperhatikan penampilan, untuk itu perawatan kulit sangat penting bagi setiap orang. Terlebih lagi untuk mengatasi berbagai keluhan yang menyebabkan masalah pada kulit yang dapat mengurangi kecantikan.

Pada kenyataannya untuk mengatasi berbagai keluhan yang menyebabkan masalah pada kulit tak sedikit orang yang rela mengeluarkan biaya yang lumayan banyak hanya untuk mempercantik diri dengan cara membeli produk kecantikan (kosmetik) perawatan wajah, melakukan perawatan ke dokter, sampai menjalani operasi plastik. Namun diantara banyaknya cara tersebut, membeli produk kecantikan (kosmetik) perawatan wajah yang paling umum dilakukan saat ini.

Kosmetik adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, diletakkan, dituangkan, dipercikkan atau disemprotkan, digunakan pada wajah atau bagian tubuh lainnya dengan maksud untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik atau mengubah rupa seseorang (Pangaribuan, 2019). Dengan demikian wanita dan kosmetik adalah ‘sahabat sejati’ keduanya saling melengkapi satu

sama lain, kosmetik menjadi berguna karena adanya wanita. Sementara wanita dapat menonjolkan kelebihan wajah serta menutupi kekurangannya dengan menggunakan kosmetik.

Kebutuhan akan perawatan kecantikan yang semakin tinggi merupakan peluang usaha bagi para pengusaha klinik kecantikan. Hal tersebut mendukung munculnya banyak klinik-klinik kecantikan yang menawarkan produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan kecantikan. Apalagi klinik-klinik kecantikan yang muncul saat ini tidak hanya menawarkan jasa perawatan yang dapat dilakukan konsumen saat berada di klinik saja, akan tetapi juga menawarkan produk-produk sebagai kelanjutan dari perawatan yang dilakukan di klinik agar konsumen mendapatkan hasil sesuai dengan yang diinginkannya.

Banyaknya klinik kecantikan membuat persaingan antar pasar industri perawatan pribadi dan kosmetik semakin kompetitif, hal ini dibuktikan dengan berbagai klinik kecantikan menyediakan kosmetik perawatan yang lengkap dan berkualitas. Begitupula dengan klinik Ariana Audy *Aesthetic* yang beralamat di Jalan STM Komplek Artha Vista Residence Medan Johor. Klinik ini menyediakan kosmetik perawatan wajah diantaranya *facial wash*, sunscreen, toner, serum, facemist, dan lain-lain yang dibutuhkan demi menunjang penampilan di kehidupan sosial. Klinik Ariana Audy *Aesthetic* juga menyediakan produk kosmetik dengan brand nama sendiri dengan nama merk Ariana Glow oleh dr. Kiki Rizki Dwiyantri, M.Biomed (AAAM). Klinik ini belum mempunyai cabang di daerah lain. Kosmetik perawatan wajah yang dijual oleh klinik ini sudah

terdaftar di BPOM sehingga aman bagi kulit dan konsumen bisa mengeceknya pada halaman website BPOM. Kemudian pada kemasan produk kosmetik perawatan wajah yang disediakan terdapat informasi kandungan produk kosmetik, nomor BPOM, cara pemakaian produk, kegunaan produk, serta tanggal kadaluwarsa dari produk kosmetik. Konsumen juga dapat dengan mudah melihat harga serta kosmetik perawatan wajah apa saja yang disediakan di Ariana Audy *Aesthetic* pada laman instagram klinik.

Produk yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, serta meningkatkan penjualan sehingga akan menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas suatu produk yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan dan tingkat pembelian produk juga akan semakin tinggi. Kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian menjadi sangat penting bagi perusahaan, karena kepuasan konsumen menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian ulang atau beralih ke produk yang dijual pesaing. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen yaitu kualitas dari produk yang disediakan. Setiap produk yang disediakan di Ariana Audy *Aesthetic* diproduksi dengan memperhatikan komposisi kosmetik yang sesuai dengan kondisi kulit konsumen sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen. Sebelum produk kosmetik dijual terlebih dahulu sampelnya digunakan oleh dokter dan pegawai Ariana Audy *Aesthetic* setelah itu jika komposisi dan kualitas produk tersebut layak dan izin BPOM sudah keluar maka baru akan diperjual belikan kepada konsumen.

Kualitas produk kosmetik mempunyai dampak langsung pada keputusan pembelian, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan agar melakukan pembelian. Keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, proses pengambilan keputusan konsumen di atas dapat dikatakan bahwa pembelian dimulai dengan pengenalan konsumen terhadap kebutuhan produk kosmetik dari suatu pasar yang kemudian dilakukan pencarian informasi yang tersedia atau disediakan oleh perusahaan setelah itu konsumen mendapatkan beberapa pilihan dan mengevaluasi setiap alternatif dalam evaluasi tersebut terdapat beberapa pertimbangan diantaranya kualitas produk.

Kemasan juga merupakan salah satu kriteria yang dapat mempengaruhi para konsumen tentang suatu produk. Kemasan adalah suatu wadah yang digunakan untuk melindungi suatu produk yang akan dijual dipasaran sampai ke tangan konsumen. Kemasan yang menarik perhatian konsumen terhadap produk tertentu akan mempengaruhi persepsi produk terhadap konsumen. Kemasan yang didefinisikan yaitu suatu kegiatan merancang dan memproduksi suatu kemasan untuk produk yang nantinya dapat melindungi dan membantu penjual dalam memasarkan produk (Sangadji & Sopiah, 2022).

Pada kenyataan dilapangan dari observasi awal di Ariana Audy *Aesthetic* diperoleh informasi bahwa terlihat sekitar 1 jam terdapat 20 orang sedang sedang menunggu antrian untuk melakukan perawatan kecantikan dan terdapat 8 orang yang ingin membeli produk kecantikan di klinik tersebut. Padahal produk kosmetik yang tersedia di Ariana Audy *Aesthetic* memiliki desain yang unik dan

warna yang menarik serta bentuk dan ukuran kemasan yang praktis sehingga mudah dibawa oleh konsumen pada saat bepergian. Klinik tersebut juga menyediakan kualitas terbaik dalam perawatan wajah. Hal tersebut dibuktikan dari banyak disediakan alat canggih untuk perawatan kecantikan wajah.

Lebih lanjut, hasil wawancara singkat yang peneliti lakukan kepada manager Ariana Audy *Aesthetic* yang bernama Putri Rahmayanti pada tanggal 07 September 2023 diketahui bahwa salah satu produk kosmetik yang terkenal dan menjadi incaran konsumen saat ini ialah premium sunscreen with uv protect. Sunscreen ini sangat digemari oleh para konsumen karena melindungi kulit dari paparan sinar matahari sekaligus memberikan efek tone up dan menutupi noda diwajah seperti memakai foundation dan ukuran kemasan yang praktis sehingga konsumen bisa membawa produk tersebut kemana pun. Selanjutnya, diketahui pada bulan Agustus 2023 terdapat sebanyak 150 konsumen berkunjung ke klinik untuk melakukan perawatan wajah dan terdapat total 500 produk kosmetik terjual. Tetapi banyak juga reseller yang bekerja sama untuk menjual kosmetik mereka di kalangan masyarakat luas. Beliau juga mengungkapkan setiap bulannya mereka memperoleh keuntungan hingga 2M untuk penjualan produk kecantikan dan *treatment*. Padahal diketahui brand lokal seperti Make Over juga mampu bersaing dengan peringkat kedua. Total penjualan Make Over hingga Maret 2022 mencapai Rp27,1 miliar. Tak kalah jauh, di peringkat ketiga juga ada brand lokal lainnya bernama Luxcrime dengan total penjualan sebesar Rp24,3 miliar.

Rendahnya penjualan sebuah klinik kecantikan dapat disebabkan oleh kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian, Memberikan kepuasan

terhadap konsumen adalah salah satu upaya dalam mempertahankan konsumen agar konsumen kembali berkunjung dan melakukan pembelian produk yang dijual oleh Ariana Audy *Aesthetic*. Konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut atau mereka akan merekomendasikan pada orang lain produk tersebut. Kesetiaan dan kesediaan konsumen dalam melakukan transaksi secara terus menerus pada perusahaan yang sama dapat terjadi apabila konsumen merasa puas dengan kinerja perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2019) menunjukkan terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk. Kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian menjadi sangat penting bagi perusahaan, karena kepuasan konsumen menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian ulang atau beralih ke produk yang dijual pesaing. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen yaitu kualitas dari produk yang disediakan. Kualitas produk kosmetik adalah salah satu hal yang sangat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian kosmetik perawatan wajah. Produk dianggap berkualitas karena dapat menjalankan fungsinya sehingga menguntungkan bagi konsumen. Sebagaimana dikatakan oleh Alifia, dkk (2021) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu kualitas produk. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria, dkk (2019), menyatakan hasil yang sama bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian Kosmetik di Ariana Audy Aesthetic**”.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Banyaknya klinik kecantikan yang menyediakan produk dengan kualitas unggul memicu persaingan yang semakin ketat antar klinik kecantikan.
2. Ukuran dan desain kemasan produk sunscreen with uv protect dapat memicu keputusan pembelian di Ariana Audy Aesthetic.
3. Kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan oleh team Ariana dapat memicu keputusan konsumen dalam melakukan pembelian kosmetik di Ariana Audy Aesthetic.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dan untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada produk kosmetik perawatan wajah di Ariana Audy Aesthetic yang ditujukan kepada konsumen wanita yang membeli dan menggunakan produk Premium Sunscreen with UV Protect di Ariana Audy Aesthetic untuk mengetahui hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian kosmetik di Ariana Audy Aesthetic.

#### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk premium Sunscreen with UV Protect merek Ariana *Glow* di Klinik Kecantikan Ariana Audy *Aesthetic*?
2. Bagaimana keputusan pembelian produk premium Sunscreen with UV Protect merek Ariana *Glow* di Klinik Kecantikan Ariana Audy *Aesthetic*?
3. Apakah terdapat hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian kosmetik di Ariana Audy *Aesthetic*?"

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas produk premium Sunscreen with UV Protect merek Ariana *Glow* di Klinik Kecantikan Ariana Audy *Aesthetic*.
2. Untuk membantu keputusan pembelian produk premium Sunscreen with UV Protect merek Ariana *Glow* di Klinik Kecantikan Ariana Audy *Aesthetic*
3. Untuk mengetahui hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian kosmetik di Ariana Audy *Aesthetic*.

#### 1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penambahan wawasan, pemahaman dan pengetahuan serta sebagai pengembangan penulis mengenai ilmu yang diperoleh selama proses perkuliahan khususnya mengenai keputusan pembelian kosmetik pada konsumen.

2. Bagi perusahaan

Berguna sebagai bahan masukan yang bermanfaat dan tambahan informasi bagi perusahaan dalam usaha meningkatkan kualitas produk guna tercapainya tingkat pembelian kosmetik yang tinggi serta memenuhi kebutuhan konsumennya.

### 3. Bagi UNIMED

Sebagai tambahan literatur pembelajaran di perpustakaan UNIMED dibidang penelitian mengenai **Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian Kosmetik.**

### 4. Bagi peneliti lain

Sebagai bahan acuan dan menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

