

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis yang ada di Indonesia saat ini telah berkembang pesat, khususnya pada industri bidang kosmetik dan *skincare*. Kosmetik dan *skincare* sudah menjadi salah satu kebutuhan penting yang tidak bisa dipisahkan dari gaya hidup masyarakat. *Skincare* sebagai salah satu cara untuk melakukan perawatan kulit tubuh dan wajah, menjadikan bisnis kecantikan yang ada di Indonesia semakin berkembang. Tidak hanya kaum wanita yang melakukan perawatan kulit, tetapi kaum laki-laki pun turut melakukannya. Selain untuk menjaga kesehatan kulit dan wajah, alasan lain seseorang menggunakan *skincare* adalah untuk menjaga penampilan agar tetap merasa percaya diri. Wajah yang bersih dan terawat penting untuk menambah kepercayaan diri. Dengan begitu, wajah yang bersih dan sehat dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk orang lain yang melihatnya. Orang lain akan senang melihat wajah yang bersih serta sehat, karena akan mencerminkan kepribadian yang resik.

Selain *skincare*, kosmetik juga menjadi kebutuhan yang tidak bisa dipisahkan dalam kegiatan sehari-hari khususnya pada kaum wanita. Dalam kesehariannya, menggunakan *make up* menjadi salah satu penunjang penampilan agar terlihat lebih cantik dan menarik. Banyak masyarakat yang menyadari bahwa pentingnya merawat kecantikan serta kesehatan kulit dan wajah merupakan suatu kebutuhan pada saat ini. Terlebih letak Geografis Indonesia yang memiliki iklim tropis sehingga cenderung lebih banyak membutuhkan perlindungan serta perawatan kulit.

Selain letak Geografis, tuntutan pekerjaan juga berpengaruh untuk menunjang penampilan agar terlihat lebih menarik. Tak hanya wanita, kaum pria pun ikut menggunakan *skincare* sebagai perawatan kulit wajah mereka. Karena dengan tampilan wajah yang bersih dan terawat akan mendapatkan respek dari lingkungannya dan tentu saja untuk menarik perhatian wanita. Untuk menunjang kebutuhan perawatan kulit yang semakin meningkat, banyak industri yang mengeluarkan produk-produk kecantikan. Berbagai macam merek dan jenis *skincare* maupun kosmetik sudah dijual di pasaran baik secara *offline* maupun melalui *e-commerce*.

Berikut ini disajikan rekapitulasi pendapatan mengenai produk perawatan diri dan kecantikan yang ada di Indonesia dari tahun 2014-2022, dan perkiraan pendapatan yang akan dihasilkan untuk tahun 2023-2027.



Gambar 1.1. Data Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia (2014-2027)

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan data pada Gambar 1.1. pendapatan di pasar kecantikan dan perawatan diri mencapai \$7,23 milyar atau setara dengan Rp110,051 triliun (dengan kurs 1 dollar sebesar Rp15.220) pada tahun 2022. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pasar kecantikan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2021. Pada tahun 2023 ini pasar kecantikan diperkirakan akan meningkat mencapai \$7,95 milyar. Oleh karena itu, semakin berkembangnya bisnis kecantikan ini, tentunya persaingan pun semakin ketat menjadikan tantangan bagi para pelaku bisnis kecantikan untuk terus menciptakan strategi-strategi baru agar keberadaannya tetap bertahan.

Untuk mempermudah konsumen dalam membeli produk-produk kecantikan tersebut, maka banyak toko retail baik dalam skala besar maupun kecil yang menyediakan berbagai macam produk kecantikan dari berbagai jenis merek. Untuk itu perusahaan produk kecantikan ini perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Salah satunya Toko Bahagia Kosmetik Lippo Cikarang yang merupakan salah satu toko retail yang menyediakan produk kecantikan terlengkap di Mall Lippo Cikarang yang terus melakukan strategi-strategi baru untuk menghadapi banyaknya pesaing saat ini.

Dalam strategi pemasarannya, Toko Bahagia Kosmetik menyediakan berbagai macam produk kecantikan dari berbagai merek yang terkenal di masyarakat. Dengan semakin banyak dan lengkapnya produk kecantikan yang masuk, maka diharapkan para pelanggan akan lebih banyak mendapatkan pilihan sesuai dengan kebutuhannya sehingga dapat memutuskan untuk membeli di Toko Bahagia Kosmetik Lippo Cikarang.

Tabel 1.1. Daftar Harga Produk Kecantikan yang Tersedia di Bahagia Kosmetik Lippo Cikarang

NO	KATEGORI	KISARAN HARGA
1	<i>Skincare</i>	Rp 30.000 – Rp 150.000
2	<i>Bodycare</i>	Rp 16.000 – Rp 160.000
3	Kosmetik	Rp 20.000 – Rp 200.000
4	<i>Haircare</i>	Rp 49.000 – Rp 200.000
5	Peralatan Salon	Rp 700.000 – Rp 3.000.000

Sumber : Toko Bahagia Kosmetik (2023)

Tabel 1.1. menunjukkan bahwa Toko Bahagia Kosmetik memiliki semua kategori perawatan kecantikan, dan harga yang dijual relatif murah. Kategori tersebut terdiri mulai dari produk perawatan wajah, perawatan tubuh, perawatan rambut dan juga kosmetik. Semua kategori tersebut tersedia dalam berbagai merek terkenal, dengan harga yang berbeda-beda dari setiap merek . Tak hanya menyediakan produk perawatan kecantikan saja, tetapi Toko Bahagia Kosmetik menyediakan peralatan salon seperti alat keramas, kursi salon dan peralatan salon lainnya.

Harga yang tersedia juga bervariasi sesuai dengan jenis dan merek dari produk tersebut. Dengan tersedianya berbagai jenis merek dan harga yang bervariasi, konsumen akan mendapatkan pilihan sesuai dengan kebutuhan dan selera. Pilihan harga yang tersedia juga terjangkau, mulai dari yang murah sampai dengan yang cukup mahal. Hal ini tentunya dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen sesuai dengan tingkat pendapatannya.

Tabel 1.2. Data Pembeli Bulan Januari 2023

NO	Minggu Ke-	Target Per Minggu	Persentase Pembeli (%)	Jumlah Pembeli
1	Minggu ke-1	500 orang	95%	475 orang
2	Minggu ke-2	500 orang	60%	300 orang
3	Minggu ke-3	500 orang	55%	275 orang
4	Minggu ke-4	500 orang	90%	450 orang
Total per bulan		2.000 orang		1.500 orang

Sumber : Toko Bahagia Kosmetik (2023)

Tabel 1.2. di atas merupakan persentase pembeli yang berbelanja di Toko Bahagia Kosmetik setiap bulannya, yang mana data tersebut didapatkan pada saat bulan Januari 2023. Toko Bahagia Kosmetik memiliki target per minggu dalam setiap bulannya yaitu 500 orang atau 2.000 orang per bulan. Namun berdasarkan tabel 1.2. di atas dapat disimpulkan bahwa pencapaian target yang didapatkan lebih besar di minggu pertama yaitu sebesar 95% dan minggu keempat sebesar 90%. Sedangkan ketika memasuki pertengahan bulan atau di minggu kedua dan minggu ketiga, pencapaian target mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan konsumen yang datang cenderung lebih banyak sebagai karyawan yang mana memiliki tanggal gaji di akhir bulan.

Konsumen yang datang untuk berbelanja tentulah harus mendapatkan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa puas dan merasa dihargai. Seperti halnya ketika akan mencari produk yang diinginkan, sebagai konsumen tentu ingin dibantu dalam mencari produk yang diinginkannya, atau dengan kata lain pegawai toko peka terhadap konsumen. Masalah yang sering terjadi terkait pelayanan adalah pegawai toko yang kurang ramah atau cuek terhadap konsumen, yang memberikan ketidaknyamanan ketika berbelanja.

Oleh karena itu, guna memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Toko Bahagia Kosmetik Lippo Cikarang dan sebagai upaya untuk melakukan perbaikan di masa yang akan datang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Bahagia Kosmetik di Mall Lippo Cikarang.**

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Bahagia Kosmetik menyediakan berbagai macam produk kecantikan dari berbagai jenis merek, sehingga harga yang tersedia menjadi beragam sesuai dengan merek nya.
2. Belum adanya *price tag* sehingga konsumen harus menanyakan ke pegawai tokonya.
3. Pegawai toko yang selalu menemani dan mengikuti konsumen ketika memilih produk membuat konsumen merasa kurang nyaman.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah adalah suatu batasan terhadap ruang lingkup dari suatu permasalahan agar penelitian ini lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksudkan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang membeli produk kategori *skincare*, *haircare*, *bodycare* dan juga kosmetik di Toko Bahagia Kosmetik Mall Lippo Cikarang
2. Konsumen yang melakukan pembelian dalam rentang tahun 2022 sampai dengan 2023.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan harga produk, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Bahagia Kosmetik Lippo Cikarang?
2. Apakah secara parsial harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Bahagia Kosmetik Lippo Cikarang?
3. Apakah secara parsial kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Bahagia Kosmetik Lippo Cikarang?
4. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Bahagia Kosmetik Lippo Cikarang?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara simultan harga produk, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Bahagia Kosmetik Lippo Cikarang.
2. Untuk mengetahui secara parsial harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Bahagia Kosmetik Lippo Cikarang.
3. Untuk mengetahui secara parsial kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Bahagia Kosmetik Lippo Cikarang.
4. Untuk mengetahui secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Bahagia Kosmetik Lippo Cikarang.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis maupun manajemen Toko Bahagia Kosmetik khususnya yang berhubungan dengan perawatan kecantikan dan kosmetik.
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan harga, kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen pemasaran

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA