

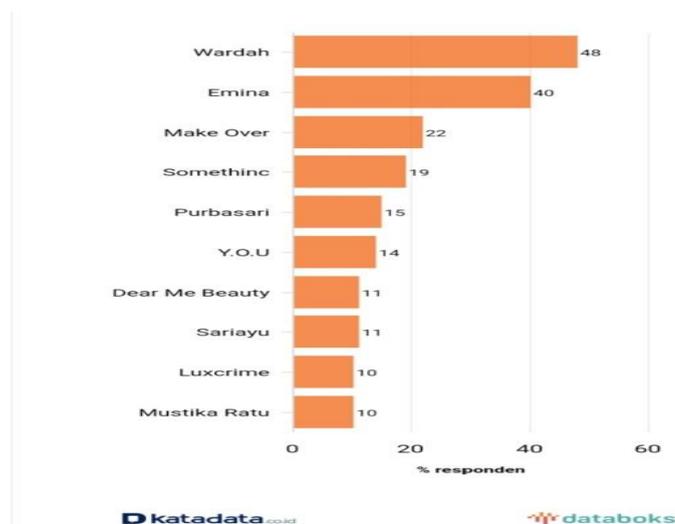
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam industry kosmetik dan perawatan tubuh semakin kompetitif. Hal ini terbukti dengan banyaknya jenis kosmetik yang beredar produksi dalam negeri dan produksi luar negeri. Banyak produk kosmetik yang ada di pasaran mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan penggunaan barang. Membeli suatu produk bukan lagi untuk pemenuhan kebutuhan, melainkan karena keinginan. Ditambah konsumen memutuskan untuk memilih menggunakan produk tertentu (kosmetik) guna untuk penampilan yang baik adalah menjadi salah satu daya tarik seseorang di masyarakat (Hakim et al., n.d.). Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) 2015-2035, Industri kosmetik merupakan salah satu industri andalan yaitu industri prioritas yang berperan besar sebagai penggerak utama perekonomian. Selain menekankan penguasaan riset dan teknologi untuk mendukung inovasi produk kosmetik, kemandirian bahan baku juga diharapkan dapat terciptanya kosmetik, terutama yang terbuat dari bahan alami Indonesia.

Gambar1. 1 Lokal Kosmetik Paling Banyak Digunakan (2022)



Sumber : Databoks, Tahun 2023

Pada gambar 1.1 survei Populix menemukan 54% konsumen kosmetik lebih memilih produk lokal. Wardah dipakai oleh 48% responden. Dari persentase diatas menunjukkan bahwa produk Wardah adalah produk terlaris dibandingkan dengan produk kosmetik lainnya.

Wardah merupakan merek kosmetik pertama di Indonesia yang mencantumkan logo halal pada kemasan produk dan merupakan salah satu merek kosmetik yang ditujukan untuk konsumen wanita khususnya wanita muslim. Oleh karena itu kosmetik Wardah terbuat dari bahan-bahan alami yang berkualitas dan aman, terhindar dari efek samping berbahaya pada kulit dan tubuh. mendapatkan salah satu keunggulannya adalah kosmetik Wardah sudah tersertifikasi dan diakui halal Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan Lembaga Pengkajian Pangan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) obat-obatan dan kosmetika. Oleh karena itu logonya halal MUI selalu tercantum pada semua kemasan untuk setiap lini produk menunjukkan bahwa produk tersebut halal.

Lipstik merupakan kosmetik pewarna bibir yang menjadi bagian penting dalam tata rias, di antara sekian banyak produk kosmetik yang ada, lipstik merupakan jenis yang paling banyak diminati Lebih mudah diaplikasikan dibandingkan kosmetik lainnya. Selain itu lipstik juga bisa menjadi pilihan riasan paling ideal saat Anda sedang terburu-buru, (Amelia, 2015).

Tabel 1. 1 Top Brand Kategori Lipstik Pada Tahun 2022

No	Nama Brand	Presentase Penilaian Top Brand
1.	Wardah	27.20%
2.	Maybelline	15.80%
3	Revlon	8.50%
4.	Pixy	2.80%
5.	Viva	2.40%

Sumber : Www. Top-Brand.Com Tahun 2022

Tabel 1.1 tersebut menunjukkan bahwa merek Wardah saat ini menjadi top brand. Hal ini terbukti pada produk lipstick tahun 2022 Wardah menjadi top brand dibandingkan dengan merek produk lainnya wardah termasuk sukses di pasar Indonesia. Konsumen yang melihat atau mengetahui bahwa orang lain banyak yang membeli suatu produk, evaluasinya terhadap produk tersebut akan dipengaruhi oleh tindakan orang lain dan dia bisa ikut memilih produk tersebut atau disebut sebagai bandwagon effect dalam literatur ilmu ekonomi (van Herpen et al. 2005). Pandangan seseorang terhadap produk yang akan dibeli sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu setiap konsumen mempunyai kemampuan yang berbeda-beda dalam mengambil keputusan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan konsumen “harga exclusive matte lip cream sangatlah terjangkau untuk kalangan menengah, namun kualitas produknya lebih baik dari produk lain yang harganya lebih mahal. Begitupun dengan desain produk Exclusive Matte Lip Cream sangat efisien dibawa dan kemasannya sangat menarik dilihat serta nyaman digenggam dengan satu tangan.

(Kotler et al., 2022) keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh rangsangan pemasaran yang terdiri dari produk, harga dan promosi. Harga adalah salah satu elemen campuran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan karena itu pemasaran suatu produk ditentukan oleh harga. Di samping itu mempengaruhi konsumen, harga juga mempengaruhi perusahaan agar bisa bertahan dalam persaingan. Harga adalah suatu bentuk biaya moneter dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi item secara bersamaan layanan suatu produk. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa (Kotler et al., 2023) Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Tabel 1. 2 Harga Brand Lip Cream Tahun 2023

Merek	Harga
Implora Urban Lip Cream Matte	Rp. 20.000.00
Hanasui Mattedorable Lip Cream	Rp. 25.000.00
Salsa Dynamatte Lip Cream	Rp. 28.000.00
Oh My Glam Matte Kiss Lip Cream	Rp. 27.500.00
Wardah Matte Lip Cream	Rp. 62.500.00
Emina Creamette	Rp. 64.000.00
Mineral Botanica The Grail Soft Matte Lip Cream	Rp. 67.900.00
Kaila Beaute Lip Cotton	Rp. 119.000.00
Make Over Intense Matte Lip Cream	Rp. 119.000.00

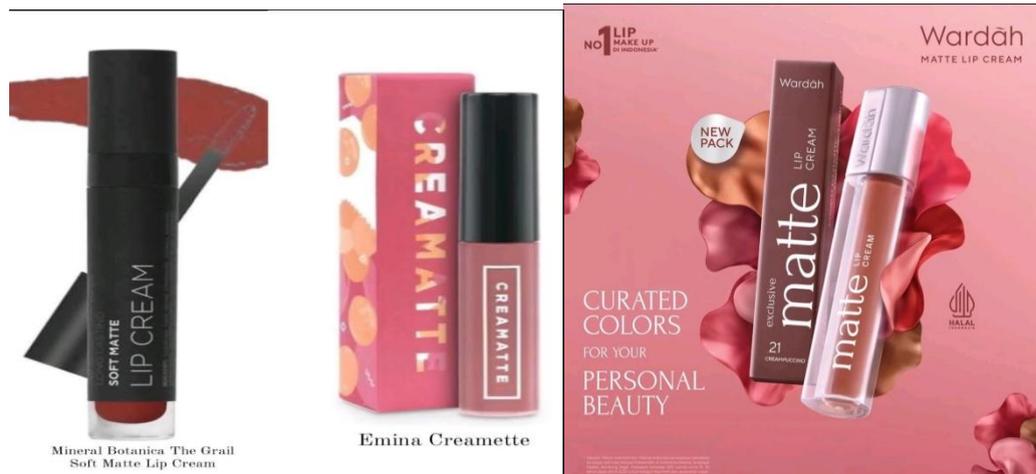
Sumber : <https://shopdiscount.id>

Pada tabel 1.2 diatas dapat diketahui banyaknya harga dan merek lip cream yang berbeda-beda sedang beredar di pasar Indonesia. Untuk harga, Wardah Exclusive Matte Lip Cream memiliki harga pada kisaran Rp 62.500, harga tersebut sedikit agak mahal jika dibandingkan dengan merek lokal lain. Seperti harga Hanasui Mattedorable Lip Cream yang memiliki harga Rp 25.000, atau merek Implora yang memiliki harga Rp 20.000. Namun, harga tersebut dapat dikatakan murah jika dibandingkan dengan merek Make OverIntanse Matte Lip Cream yang memiliki harga berkisar pada Rp 119.000 dan untuk merek Kaila Beaute Lip Cotton berkisar pada harga Rp 119.000. Dapat dikatakan, Wardah mengambil posisi middle atau pertengahan Harga tersebut dapat dijangkau oleh segmentasi pasar produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream yang terdiri dari kalangan mahasiswi, wanita karir maupun ibu rumah tangga. Pada dasarnya, konsumen menginginkan harga yang pantas dan sesuai dengan produk atau jasa. Perusahaan harus menetapkan harga yang kompetitif dimana konsumen merasakan pengorbanan yang telah mereka keluarkan sesuai dengan manfaat produk atau jasa yang mereka dapatkan. Selain itu, dengan menetapkan harga yang kompetitif perusahaan akan mampu bersaing dengan harga produk atau jasa

dari perusahaan lain (Marpaung & Mekaniwati, 2020)

(Kotler et al., 2022) “desain adalah sekumpulan fitur yang memengaruhi bagaimana suatu produk terlihat, terasa, dan berfungsi di mata konsumen”. Artinya, desain adalah sekumpulan fitur yang mempengaruhi bagaimana suatu produk terlihat, terasa dan berfungsi bagi konsumen. Semakin lama semakin banyak desain produk yang modern menjadi fokus perhatian konsumen sebelum mengambil keputusan melakukan pembelian Ini merupakan tantangan bagi perusahaan untuk menciptakan model yang memenuhi keinginan dan selera konsumen. Desain produk mempengaruhi kepuasan konsumen (Sidik 2016) dan mempunyai pengaruh yang besar terhadap konsumen ketika mereka menentukan pilihan saat melakukan pembelian (Azani 2014). Dalam hal ini, desainnya salah merupakan faktor penting yang memotivasi konsumen untuk membeli produk.

Gambar1. 2 Desain Berbagai Lip



Sumber: Shopee, Tahun 2023

Sumber : Shopee, Tahun 2023

Dari gambar 1.2 di atas dapat kita lihat terdapat perbedaan berbagai desain lip cream, produk lip cream Wardah yang terbaru mengusung kemasan berbentuk speech bubble panjang. Bentuk kemasan seperti ini jarang ditemukan pada produk lokal lainnya. Kemasan ini merupakan salah satu ide brilian dari Wardah untuk memberikan ciri khas tersendiri pada produk Exclusive Matte Lip Cream serta terlihat lebih elegan dan eksklusif. Kemudian, botolnya berwarna bening

dan mouthed jika dibanding dengan botol originalnya yang begitu terang. Cetakan nama brandnya yang sekarang menggunakan bahan doff dan memiliki emboss yang membuatnya terlihat semakin mahal dan eksklusif. Sementara untuk bentuk aplikator wand nya mempunyai bentuk yang sama dengan versi terdahulunya. Packagingnya luarnya yang full color yang menyesuaikan dengan warna-warna shadenya, di packagingnya juga ditulis kode BPOM dan juga terdapa logo halal.

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat menjelaskan secara ilmiah tentang pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian . Berdasarkan penelitian terdahulu yang terkait adalah jurnal milik Pramesty et al., (2023) dengan judul “Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Purbasari Lipstik Color Matte di Tiko Sehat Cosmetic Kota Mojokerto” hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Purbasari lipstik color matte di Tiko Sehat Cosmetic Kota Mojokerto dan harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Purbasari lipstik color matte di Tiko Sehat Cosmetic Kota Mojokerto.

Penelitian terdahulu yang terkait adalah jurnal milik Yosi Ramasari (2022) dengan judul “Pengaruh Promosi, Desain Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mybelline Lipstick Superstay Mtte Ink Liquid di Toko Make Up Holic Padang” Berdasarkan analisis Hasilnya menunjukkan bahwa seluruh variabel mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara penelitian terdahulu milik Irfan Rizqullah Ariella 2018 mengatakan bahwa harga dan desain produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun perbedaan penelitian dengan penelitian sebelumnya berada pada lokasi penelitian dan karakteristik yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

Berdasarkan analisis dan fenomena yang telah dijelaskan diatas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM WARDAH”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah adalah :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Wardah secara parsial?
2. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Wardah secara parsial?
3. Apakah Harga dan Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Wardah secara simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Wardah secara parsial?
2. Untuk menganalisis apakah Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Wardah secara parsial?
3. Untuk menganalisis apakah Harga dan Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Wardah secara simultan?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai dasar masukan bagi para peneliti dan pihak akademisi yang melakukan penelitian yang juga mengangkat permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. Menambah dan melengkapi hasil-hasil penelitian yang ada, khususnya mengenai harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian yang dapat berguna bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.