

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kehidupan yang semakin modern memberikan kemudahan untuk menunjang penampilan seperti pemakaian produk kosmetik dan perawatan. Adanya kemudahan tersebut akan memenuhi kebutuhan manusia dengan efektif dan efisien. Kebutuhan manusia merupakan sebuah keadaan akan sebagian dari pemuas dasar yang dirasakan atau disadari oleh manusia.

Salah satu kebutuhan dari beberapa wanita adalah kosmetik. Kosmetik merupakan sebuah produk yang digunakan untuk merawat, mempercantik diri, dan sarana untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial dalam masyarakat. Kosmetik diciptakan dengan beberapa keunggulan yang berbeda-beda agar dapat memenuhi keinginan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Seiringnya perkembangan jaman yang semakin canggih beriringan dengan dunia bisnis yang terus mengalami kemajuan pesat membuat bisnis menunjukkan peningkatan yang lebih baik tiap tahunnya. Kemajuan tersebut memberikan dampak positif bagi pelaku bisnis agar melakukan berbagai macam cara untuk menarik konsumen. Salah satu bisnis yang menunjukkan kemajuan yang pesat adalah bisnis di bidang kosmetik.

Pesatnya kemajuan bisnis dibidang kosmetik memunculkan persaingan antar perusahaan agar menarik konsumennya. Cara menarik konsumen salah satunya adalah

dengan meningkatkan Kualitas Produk nya dan melakukan Iklan yang menginformasikan, menarik, dan mengingatkan produknya terhadap konsumen agar meningkatkan Citra Merek yang baik untuk perusahaan.

Salah satu kosmetik dengan merek lokal adalah Emina yang dikeluarkan pada tahun 2015. Emina menargetkan penjualannya pada pasar remaja dan wanita muda. Produknya dikemas dengan kemasan yang menarik, berwarna dan memberikan kesan *cute and girly*. Emina mengajak seluruh wanita Indonesia agar tampil cantik dan natural menggunakan *makeup* ringan dan cocok diaplikasikan bagi remaja dan wanita muda.

Tabel 1.1

Top 5 Most Talked About Brands On Twitter 2017

Merek Kosmetik	Postingan
Wardah	500
Sariayu	399
Purbasari	278
Emina	238
Mustika Ratu	75
Jumlah	1.490

Sumber : www.gdilab.com, 2017.

Pada tabel diatas terdapat lima merek yang menjadi perbincangan di twitter pada tahun 2017 yakni Wardah, Sari Ayu, Purbasari, Emina, dan Mustika Ratu. Data yang didapatkan sejumlah 1.490 postingan antara lain 500 postingan wardah, 399 postingan sariayu, 278 postingan purbasari, 238 postingan Emina dan yang terakhir 75 postingan mustika ratu. Kosmetik Emina menempati pada urutan keempat dari kelima produk diatas.

Dari lima merek yang menjadi perbincangan di twitter pada tahun 2017 Emina merupakan produk kosmetik yang paling baru dibandingkan dengan produk kosmetik yang lainnya. Emina dikeluarkan pada tahun 2015, Wardah dikeluarkan pada tahun 1995, Sari

ayu dikeluarkan pada tahun 1977, Purbasari dikeluarkan pada tahun 1993, dan Mustika ratu dikeluarkan pada tahun 1975. Dalam jangka waktu dua tahun Emina dapat menempati di urutan ke empat antara beberapa produk yang sudah ada beberapa tahun sebelumnya.

Kualitas produk menjadi hal yang penting untuk diperhatikan oleh konsumen, kualitas produk yang unggul akan memiliki dampak untuk memutuskan pembelian. Kualitas Produk merupakan karakteristik kesatuan dari produk atau jasa yang kemampuannya sebagai pemuas kebutuhan dari konsumen. Meskipun Emina termasuk produk yang baru namun Emina telah memiliki koleksi produk yang cukup lengkap dengan memberikan kualitas terbaiknya.

Kemasan yang digunakan oleh Emina telah memenuhi standar penjualan sehingga aman digunakan dengan pengaplikasian yang mudah. Semakin baik Kualitas Produk maka akan menunjukkan kepuasan dari konsumen sehingga dapat menciptakan minat beli dari konsumen. Selain itu Kualitas Produk juga menjadi titik awal untuk menciptakan citra positif yang akan mempertahankan loyalitas dari konsumen untuk jangka panjang.

Pemasar diharuskan pandai dalam menarik perhatian konsumen untuk membeli produknya. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh pemasar adalah melakukan Iklan. Iklan merupakan sebuah media yang memiliki peran yang penting untuk membranding sebuah produk. Iklan memiliki tujuan untuk mengajak dan mengarahkan seseorang untuk bertindak (meningkatkan reaksi dari calon pembeli serta pembeli potensial terhadap perusahaan) dan penawaran produk perusahaan.

Iklan yang baik adalah Iklan yang membuat seseorang tertarik pada produk yang diiklankan karena pesan yang terdapat dalam Iklan diterima baik oleh calon konsumen.

Menurut Terence A (2014) dalam Pertiwi dan Pradhanawati (2020) Iklan merupakan media promosi yang paling efektif dan ampuh untuk menarik konsumen. Iklan yang diterapkan oleh Emina melalui sosial media seperti facebook, Instagram, twitter, youtube dan lainnya.

Keputusan Pembelian yang dilakukan oleh konsumen perlu diperhatikan oleh perusahaan. Sebelum melakukan pembelian maka konsumen akan memperhatikan beberapa hal seperti Kualitas Produk , Iklan, dan Citra Merek. Ketiga variabel tersebut merupakan hal dasar yang akan diperhatikan oleh konsumen produk Emina.

Citra Merek membentuk persepsi tertentu dari konsumen. Membangun Citra Merek yang baik bagi perusahaan akan memberikan dampak positif dalam jangka panjang dari konsumen terhadap produk-produk perusahaan. menciptakan Citra Merek yang baik perusahaan melakukan beberapa cara seperti menciptakan produk dengan kualitas yang baik, melakukan pelayanan yang baik kepada konsumen, mengIklankan produknya dengan tepat,dan lainnya.

Citra Merek yang sesuai dengan produk akan bermanfaat bagi pemasar, karena dapat menjadi pengaruh penilaian dari konsumen atas merek produk yang diinginkan. Emina yang masih termasuk dalam kategori merek kosmetik baru di Indonesia telah berada di peringkat ke empat dari lima produk lokal di Indonesia yang diperbincangkan di Twitter. Hal tersebut membuktikan bahwa Emina memiliki Citra Merek yang baik.

Penelitian ini merupakan replikasi dan modifikasi dari penelitian Pertiwi dan Pradhanawati (2020) dengan merubah objek yang awalnya adalah produk kosmetik Wardah menjadi kosmetik Emina. Alasan pemilihan kosmetik Emina menjadi objek dalam

penelitian ini yaitu didasarkan pada keunggulan kompetitif yang dimiliki Emina untuk bersaing yang menunjukkan Emina dari kualitas produk iklan dan citra merek untuk menarik konsumennya dalam melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan dari pemaparan yang diuraikan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Kosmetik Emina.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka rumusan masalah yang dapat diajukan penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi Citra Merek kosmetik Emina?
2. Apakah Iklan mempengaruhi Citra Merek kosmetik Emina?
3. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian kosmetik Emina?
4. Apakah Iklan mempengaruhi Keputusan Pembelian kosmetik Emina?
5. Apakah Citra Merek mempengaruhi Keputusan Pembelian kosmetik Emina?
6. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian melalui Citra Merek?
7. Apakah Iklan mempengaruhi Keputusan Pembelian melalui Citra Merek?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek kosmetik Emina.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Iklan terhadap Citra Merek kosmetik Emina.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Emina.
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Emina.
5. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Emina.
6. Untuk Menganalisis dan menjelaskan pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek kosmetik Emina.
7. Untuk Menganalisis dan menjelaskan pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek kosmetik Emina.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki berbagai manfaat untuk berbagai kalangan meliputi:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada teori khususnya tentang Kualitas Produk , Iklan, Citra Merek dan Keputusan Pembelian. Serta memberikan informasi sebagai bahan acuan peniliti yang akan datang.

2. Manfaat praktis

Sebagai evaluasi atas kebijaksanaan perusahaan dalam menentukan Kualitas Produk , Iklan, dan Citra Merek untuk mempengaruhi Keputusan Pembelian dari konsumen