BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat meningkat terhadap produk kecantikan dan perawatan tubuh yang diperkirakan menjadi pemicu pertumbuhan industri kosmetik. Dalam menghadapi persaingan pemasaran yang semakin tajam, seorang produsen tidak boleh terpaku pada bentuk produk yang menawarkan manfaat dasarnya saja. Persaingan sekarang bukanlah apa yang diproduksi perusahaan dalam pabrik tetapi antara apa yang mereka tambahkan pada hasil pabrik tersebut dalam bentuk pengemasan, iklan, citra merek, konsultan bagi pelanggan, pendanaan, pengiriman, pergudangan dan hal- hal lainnya yang dipandang perlu. Memanfaatkan citra merek untuk memenangkan persaingan bisnis merupakan sebuah taktik yang jitu. Walaupun membangun *brand image* bukan pekerjaan yang mudah, tetapi mengerahkan segala sumber daya untuk membangunnya merupakan sebuah usaha yang setimpal dengan apa yang akan didapatkan.

Perusahaan harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang. Konsumen sebagai individu dalam mendapatkan atau membeli barang telah melalui proses-proses atau tahapan-tahapan terlebih dahulu seperti mengetahui citra merek suatu produk dari orang lain kemudian membandingkan produk satu dengan produk lain sampai akhirnya pada keputusan membeli produk itu.

Demikian terjadi pada perusahaan kosmetik di Indonesia, khususnya produk kecantikan Wardah. Dengan banyaknya perusahaan kosmetik yang ada di Indonesia, maka konsumen akan lebih selektif dalam menentukan merek kosmetik yang digunakan sebagai alat kecantikan. Munculnya berbagai produsen kosmetik dari luar negeri semakin memperketat persaingan industri kosmetik di Indonesia. Keputusan konsumen menentukan atau memilih merek kosmetik bukan hal yang begitu saja terjadi. Banyak pertimbangan yang dilakukan kosumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk.

Untuk lebih memperkenalkan produknya, Wardah gencar melakukan kegiatan promosi untuk menarik minat beli konsumen. Diantaranya membuat iklan melalui media cetak ataupun elektronik, menyebarkan selebaran kepada masyarakat dan lain-lain. Iklan didasari pada informasi tentang keunggulan dan keuntungan suatu produk, yang kemudian disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan ketertarikan pada yang melihat atau mendengarnya.

Keputusan pembelian konsumen dapat dikatakan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya. Pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya terhadap suatu produk. Harapan konsumen agar produk itu aman dan halal untuk di gunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Citra merek itu sendiri memiliki arti kepada suatu pencitraan sebuah produk dibenak konsumen secara massal. Setiap orang akan memiliki pencitraan yang sama terhadap sebuah merek. Persaingan dunia industri yang semakin ketat saat ini, menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dan membuat suatu keunggulan yang kompetitif. Baik itu dari segi kemasan, produk, saluran pemasaran maupun citranya. Jika tanggapan konsumen tentang penawaran suatu produk yang bersaing tetap sebagai suatu hal yang sama atau biasa, maka konsumen akan melihat merek dari suatu produk dengan tanggapan yang berbeda.

Gambar 1.1 Data penjualan kosmetik berdasarkan Usia
Sumber : Zap Beauty Index, 2018

Saat ini kesadaran wanita akan penampilannya cukup tinggi. Terlihat pada rentang usia 19-23 tahun yang menduduki peringkat penjualan kosmetik tertinggi, yaitu pada kalangan mahasiswi. Peran mahasiswi dalam perilaku konsumsi kosmetik dapat dikatakan memiliki kontribusi yang cukup signifikan, karena saat ini mahasiswi dalam menjalani kesehariannya tak dapat terlepas dari penggunaan kosmetik. Sehingga saat ini perusahaan tak hanya memperhatikan kebutuhan kosmetik dari konsumen yang telah bekerja saja, namun kebutuhan dari konsumen mahasiswi.

Upaya untuk memenuhi keinginan konsumen agar tenang lahir dan batin dalam mengkonsumsi produk, perusahaan harus memberitahukan manfaat dari produk yang ditawarkan beserta cara penggunaannya. Selain itu ada pula kosmetik yang belum diuji secara resmi oleh laboratorium tertentu dan yang paling berbahaya adalah banyak kosmetik yang meniru merek kosmetik terkenal sehingga produk mereka pun bisa laris terjual. Produk-produk kosmetik saling bersaing dalam proses penjualannya, ini menjadikan perhatian yang sangat penting bagi perusahaan kosmetik untuk menjadikan merek produknya unggul dipasaran dan selalu membuat inovasi baru pada produknya agar menarik perhatian konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sehingga dimasa mendatang dapat membentuk loyalitas bagi para pelanggannya.

Perusahaan yang produknya diterima dengan baik pasti akan mendapat tingkat keuntungan baik pula. Berbagai merek produk kosmetik pun menjadi semakin beragam, seperti salah satu merek produk kosmetik terbesar di Indonesia yang ikut bersaing dan mampu bertahan hingga saat ini adalah produk kosmetik Wardah. Wardah *Cosmetics* menghasilkan produk yang memiliki keunggulan berbeda dengan merek kosmetik lainnya, selain memiliki kualitas produk dan citra merek yang baik. Wardah *Cosmetics* lebih menonjolkan terhadap kehalalan dari bahan kosmetik produk tersebut. Tentu ini menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan Mahasiswi Politeknik Negeri Bengkalis. Kosmetik halal makin menjadi kebutuhan mahasiswi, utamanya bagi pengguna hijab. Sertifikasi halal baik pada penggunaan bahan maupun cara produksi menjadi salah satu pertimbangan kalangan pengguna hijab dalam memilih

kosmetik. Kosmetik dengan sertifikasi halal tak lantas khusus diperuntukkan bagi perempuan berkerudung atau muslim. Banyak juga mahasiswi non muslim yang menggunakan produk Wardah ini. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas Wardah tidak diragukan lagi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan penulis tertarik untuk melakukan penelitian **"Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Politeknik Negeri Bengkalis)"**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu: "Bagaimana Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Politeknik Negeri Bengkalis)?"

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis hanya melakukan penelitian pada pengguna produk kosmetik Wardah pada mahasiswi Politeknik Negeri Bengkalis.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana citra merek produk kosmetik Wardah (studi kasus pada Mahasiswi Politeknik Negeri Bengkalis)
2. Untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (studi kasus pada Mahasiswi Politeknik Negeri Bengkalis)
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (studi kasus pada Mahasiswi Politeknik Negeri Bengkalis)
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (studi kasus pada Mahasiswi Politeknik Negeri Bengkalis)

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Bagi Peneliti

Manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penulisan proposal tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi jawaban atas permasalahan yang ingin diketahui dan bisa memberikan tambahan pengetahuan serta sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan.
2. Dapat menambah pengetahuan serta pengalaman.
3. Penulis dapat meneliti pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Politeknik Negeri Bengkalis).

1.5.2 Bagi Perusahaan

Manfaat yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam penulisan proposal tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan masukan bagi pihak perusahaan.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah

1.5.3 Bagi Program Administrasi Bisnis

Manfaat yang ingin dicapai oleh program Administrasi Bisnis dalam penulisan proposal tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan menyusun Tugas Akhir ini dapat menambah wawasan bagi peneliti dan juga dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain pada masa yang akan datang khususnya yang meneliti tentang pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah

2. Diharapkan dapat berguna untuk mahasiswa/i yang akan melakukan penelitian dengan topik permasalahan yang serupa atau dengan objek penelitian yang sama dengan penelitian ini.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Untuk mempermudah dan memberikan jelas gambaran mengenai isi penelitian, adapun sistematika penulisan dibagi menjadi lima bab, antara lain:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan tentang penelitian terdahulu dan teori-teori yang relevan dengan pokok bahasan dalam penelitian tugas akhir ini, yaitu pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan secara khusus berkaitan dengan tata cara penulisan yang dilakukan meliputi lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data dan jenis penelitian.

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil dan pembahasan. Hasil penelitian tugas akhir berisikan data yang mencakup antara lain: untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah

BAB 5: PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir, yang mana akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, kemudian penulisan memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat.