

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pentingnya memahami peranan keputusan pembelian konsumen bagi produsen atau perusahaan adalah merupakan faktor penting yang harus di penuhi, karena keputusan pembelian adalah merupakan rangkaian akhir yang harus di capai oleh perusahaan. dalam menentukan keputusan pembelian konsumen pihak perusahaan hendaklah menentukan dan memberikan beberapa pilihan alternatif pada produk yang di tawarkan kepada konsumen. Karena konsumen sebagai pengguna akhir dari produk yang di hasilkan produsen akan menilai secara detail mengenai poduk yang akan di beli dan di gunakan. Dalam hal ini PT. Unilever Indonesia, Tbk memproduksi produk pembersih wajah merek Pond's dengan berbagai pilihan alternatif untuk pelembab muka, pembersih muka dan pemutih wajah. Semua ini dilakukan agar harapan konsumen terpenuhi dan menjadikan produk Ponds sebagai produk pilihan pembersih wajah yang tepat.

Pihak manajemen PT. Unilever Indonesia, Tbk memahami bahwa bagi wanita, wajah merupakan modal aset dan kekayaan yang tak bernilai harganya. Sebagian besar wanita dalam menjaga penampilannya agar tetap prima berusaha agar wajahnya kelihatan putih, bersih, menarik dan indah dipandang oleh semua orang sehingga mereka berusaha mencari produk kosmetik yang mampu memberikan kepuasan dalam menjaga penampilannya.

Tetapi seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih dan banyaknya konsumen yang ingin memiliki kulit bersih banyak perusahaan kosmetik bermunculan sehingga membuat persaingan yang semakin kompetitif, dan dengan adanya persaingan PT. Unilever Indonesia, Tbk haruslah meningkatkan dan memperhatikan faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen di dalam membeli produk kosmetik Pond,s diantaranya faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga dan kualitas produk.

Dimana menurut Tjiptono (2002 :152) harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi dengan adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, selain itu harga merupakan faktor yang paling vital dalam membentuk persepsi konsumen apabila harga sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka konsumen akan bersedia melakukan pembelian sedangkan pada kualitas produk.

Menurut Suharyadi,et al (2007 : 122) apabila produk yang dihasilkan berkualitas dengan mutu yang baik maka suatu produk dapat berkompetisi di pasar sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari pendapat diatas maka perusahaan harus memperhatikan faktor harga dan kualitas produk agar konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap produk kosmetik Pond's.

Adapun fenomena masalah yang di peroleh peneliti dari hasil survey di lapangan kosmetik Pond's pada keputusan pembelian dimana konsumenn tidak mau

melakukan pembelian ulang setelah menggunakan produk kosmetik Pond's karena harapan konsumen setelah menggunakan produk ponds tidak seperti yang di harapkan. Kemudian konsumen juga tidak mau merekomendasikan produk kosmentik Pond's kepada konsumen lain karena mereka merasa tidak tepat menggunakan produk ponds tersebut serta konsumen tidak mendapatkan hasil atau tujuan membeli produk Pond's untuk memutihkan atau membersihkan kulit mereka.

Uraian masalah yang terdapat pada keputusan pembelian di atas di pengaruhi oleh faktor harga dan kualitas produk pond's tersebut, karena dalam hal ini harga yang di tawarkan kepada konsumen untuk membeli produk pond's relatif mahal, tidak terjangkau oleh semua kalangan, serta tidak bersaing dengan produk sejenis. Hal ini tidak sesuai dengan kualitas produk yang di hasilkan karena meskipun pihak manajemen produk pond's menawarkan produk dengan berbagai alternatif pilihan sesuai konsumen seperti mengurangi wajah berminyak, membersihkan dan memutihkan wajah, serta mencegah dari kekusaman dalam waktu tujuh hari ternyata tidak seperti yang di harapkan oleh konsumen. Karena ternyata produk pond's tidak cocok untuk kulit yang sensitif dan memiliki daya lengket yang tinggi.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut di atas, maka menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pond'S Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi masalah pokok adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Pond'S pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Pond'S pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area?
3. Apakah harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Pond'S pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Pond'S pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Pond'S pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
3. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Pond'S pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis untuk menambah wawasan dan khususnya mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi perusahaan
sebagai bahan masukan yang berkaitan dengan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik Pond'S
3. Bagi institusi
Sebagai bahan referensi tambahan bagi yang tertarik di bidang manajemen pemasaran dan melakukan penelitian lebih lanjut tentang masalah yang sama dimasa yang akan datang.
4. Bagi peneliti lain
Penelitian ini dapat menjadi referensi mengenai harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian