

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Zaman modern ini penampilan yang menarik adalah salah satu hal yang diutamakan oleh setiap orang khususnya wanita, Yang identik dengan keindahan dan kecantikan. Kondisi ini dimanfaatkan betul oleh produsen kosmetik. Jumlah penduduk sekitar 250 juta jiwa menjadikan indonesia pasar yang menjanjikan bagi perusahaan kosmetik, untuk mendukung inovasi produk Kosmetik diharapkan pula terciptanya kemandirian bahan baku kosmetik terutama berbasis alam indonesia (<https://swa.co.id>).

Wardah merupakan merek produk Kosmetik pertama di Indonesia salah satunya adalah Lipstik Wardah yang mencantumkan Label halal pada kemasan produknya dan merupakan salah satu brand kosmetik yang sasarannya pada konsumen wanita. Oleh karena itu, kosmetik wardah dibuat dengan menggunakan bahan alami, berkualitas, dan aman menghindari efek samping yang berbahaya bagi bibir. Menjadi satu keunggulan bahwa kosmetik Wardah terbukti halal dan diakui oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan lembaga Pengkajian Pangan Obat dan Komestika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM). Sehingga Logo halal MUI senantiasa tercantum pada semua kemasan disetiap rangkaian produknya yang menandakan kehalalan produk ([wardahbeauty.com](http://wardahbeauty.com)).

Lipstik Wardah memiliki beraneka ragam jenis dan warna yang memiliki kualitas baik. Bagi seseorang wanita kosmetik merupakan kebutuhan yang sangat penting, demi mempertahankan kecantikannya. Wanita menggunakan kosmetik setiap waktu sesuai dengan kebutuhan. Mengangkat kosmetik merek domestik menjadi salah satu keputusan pembelian. Terdapat adanya permintaan yang beragam dari konsumen tentang kosmetik lipstik wardah sehingga kondisi ini dimanfaatkan betul oleh prosusen kosmetik untuk menciptakan berbagai macam varian kosmetik dari harga murah hingga harga mahal.

Menurut Kotler (2016:78) berpendapat bahwa Harga untuk memperoleh suatu barang atau jasa konsumen harus membayarkan sejumlah uang. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produk karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualannya.

**Tabel**  
**Jenis-jenis Lipstik wardah, Harga dan Jumlah Penjualan satu tahun terakhir Lipstik Wardah**

No	Jenis-jenis Lipstik wardah	Harga	Jumlah Penjualan	
			2021	2022
1	Exclusive Matte Wardah	36.000	2.900 Pcs	700 Pcs
2	Matte Lipstik	30.000	1.200 Pcs	700 Pcs
3	Exclusive Moist Lipstik	30.000	2.040 Pcs	1.540 Pcs
4	Intense Matte	49.500	600 Pcs	200 Pcs

	Lipstik			
5	Color Velvet Matte Lip Mousse	68.000	1.955 Pcs	1.548Pcs
6	Lip Palette	73.000	1.990 Pcs	900 Pcs
7	Lip Minyak Ensesial Alami	45.000	1.323 Pcs	800 Pcs
8	Colorfit Ultralight Matte Lipstik	39.000	1.322 Pcs	1.290 Pcs
9	Colorfit Last All Day Lip Paint	66.000	1.232 Pcs	1.332 Pcs
10	Colorfit Fresh Lip Ink Serum	63.000	1.334 Pcs	679 Pcs
11	Everyday Matte Lip Shot	46.000	2.232 Pcs	1.404 Pcs
12	Lip Balm Picnic Limited Edition	18.000	10.000 Pcs	7000 Pcs

Keterangan :

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan tentang jenis Lipstik Warda, Harga, dan Jumlah penjualan satu tahun terakhir, di toko Wardah Official Shop dapat dibuktikan bahwa penjualan lipstik menurun, Jelasnya memiliki masalah disebabkan karna harga yang mahal sehingga konsumen memiliki keraguan dalam keputusan pembelian.

Strategi lain menentukan pembelian produk yaitu menciptakan Brand Image (citra merek) juga mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Pencapaian

brand lipstik wardah yang semakin ketat dalam industri produk kecantikan membuat konsumen memiliki banyak alternatif pilihan atau barang yang diinginkan. Brand image merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan bentuk dari informasi dan pelanggan masa lalu terhadap merek tersebut. Citra dengan merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan memungkinkan untuk melakukan pembelian. Menurut Firmansyah (2018:87) Brand image merupakan gambaran dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman terhadap merek tersebut.

Menurut Sustisa (2018:15) Pengambilan Keputusan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang disebut *need arousal*. Keputusan Pembelian konsumen di pengaruhi oleh perilaku konsumen. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya untuk melakukan suatu keputusan memilih produk atau merek tersebut.

Wardah Official shop adalah sebuah Brand Kecantikan yang peduli dan mengerti keinginan setiap perempuan untuk selalu memiliki perasaan tenang dan nyaman dengan penampilannya. Wardah sebagai pelopor dalam menciptakan produk kecantikan bersertifikat halal, membagikan pemahaman baru bahwa cara hidup halal dan produk kecantikan mampu berpadu secara elegan. Wardah

percaya bahwa kecantikan adalah cahaya hati yang terpancar dalam wardah [shopee.co.id/wardahofficial](https://shopee.co.id/wardahofficial).

Kehadiran *E-commerce* merupakan suatu perdagangan yang dilakukan secara elektronik melalui internet. Biasanya, Proses pembelian maupun penjualan produk secara internet akan melibatkan transaksi seperti *trasfer dana, pemasaran online, jual beli online* dan sebagainya. Menurut Traver (2017:8-9) *E-commerce* merupakan transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai melalui atau menggunakan teknologi digital antar individu. Teknologi internet sudah semakin banyak dimanfaatkan oleh berbagai organisasi terutama oleh organisasi atau perusahaan untuk kepentingan bisnis salah satunya adalah Aplikasi Shoppe.

*Aplikasi Shopee* adalah aplikasi jual beli *online* yang dapat diakses dengan menggunakan *smartphone* yang tergolongkan kedalam kategori *E-commerce*. Kehadiran aplikasi *shopee* mampu mempermudah penggunaanya untuk dapat bertransaksi secara *online* dengan mudah dan aman dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat. Menurut Sastika (2018) *Shopee* merupakan jual beli *online* berbasis aplikasi *mobile* yang sedang berkembang di Negara Indonesia. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi Aplikasi *Shopee* , banyak konsumen menggunakan *shopee* sebagai pilihan paling praktis yang dapat digunakan tanpa mempermasalahkan tempat. Penggunaan Aplikasi *Shopee* ini juga digunakan oleh Mahasiswi Universitas Sari Mutiara Indonesia.

Mahasiswi yang berada pada fase keingintahuan terhadap sesuatu akhirnya mengalami kerentanan terhadap kontrol diri terhadap suatu daya beli. Produk

lipstik wardah merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting dikalangan mahasiswi apalagi bagi mahasiswi yang hampir tiap hari melakukan aktivitas lainnya. Diantara sekian banyak produk make up wardah mulai dari lipstik, sabun pembersih muka, bb cream, bedak, foundation, mascara dan lainnya salah satu yang terutama digunakan wanita yaitu lipstik terbukti dari data [www.Topbrandaward](http://www.Topbrandaward) bahwa lipstik wardah tahun 2020 mempunyai TBI 33,5%. Karena lipstik mudah digunakan daripada produk make up lainnya selain itu lipstik juga membantu mencerahkan wajah ketika tidak menggunakan make up.

Produk lipstik merek wardah memiliki banyaknya pilihan warna, harga terjangkau, jelas halal nya, memiliki formula yang ringan untuk digunakan dan memiliki kualitas dan kandungan yang baik sehingga konsumen minat untuk membelinya. Produk lipstik wardah adalah produk yang sudah halal dan tahan lama sehingga sangat cocok untuk digunakan sehari-hari dengan adanya bahan berkualitas sehingga membuat bibir cantik dan tahan lama.

Keputusan pembelian yang berawal dari konsumen mencari informasi tentang produk Lipstik wardah atau merek tersebut seberapa bagus nya produk itu untuk digunakan dalam beraktifitas dengan menambah kepercayaan diri masing-masing, alternatif konsumen tersebut merupakan serangkaian proses yang mengarah kepada keputusan pembelian. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian Harga yang terjangkau dengan kualitas dan mutu produk yang ditawarkan menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Pengambilan keputusan pembelian konsumen menggambarkan kemampuan konsumen dalam

mewujudkannya dalam bentuk sikap untuk memilih dan membeli barang berdasarkan pilihan alternatif yang ada.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas pula, peneliti berniat dan terdorong untuk melakukan penelitian dan menguraikannya dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh harga dan brand image terhadap keputusan pembelian produk kecantikan lipstik wardah di toko wardah official shop di aplikasi shopee pada mahasiswi universitas sari mutiara indonesia.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun Rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk kecantikan lipstik merek Wardah di Toko Wardah Official Shop di Aplikasi Shopee pada Mahasiswi Sari Mutiara Indonesia ?
2. Bagaimana Pengaruh Brand Image Terhadap keputusan pembelian produk kecantikan Lipstik merek Wardah di Toko Wardah Official Shop di Aplikasi Shopee pada Mahasiswi Sari Mutiara Indonesia ?
3. Bagaimana Pengaruh keputusan pembelian produk kecantikan lipstik merek Wardah di Toko Wardah Official Shop di Aplikasi Shopee pada Mahasiswi Universitas Sari Mutiara Indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian produk kecantikan lipstik merek Wardah di Toko Wardah Official Shop di Aplikasi Shopee Pada Mahasiwi Universitas Sari Mutiara Indonesia.

2. Pengaruh Brand Image terhadap keputusan pembelian produk kecantikan lipstik merek Wardah di Toko Wardah Official Shop di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswi Universitas Sari Mutiara Indonesia.
3. Pengaruh Keputusan pembelian produk lipstik kecantikan merek Wardah di Toko Wardah Official Shop di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswi Universitas Sari Mutiara Indonesia.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah diuraikan tersebut, maka manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan meningkatkan ilmu pengetahuan penulis mengenai Pengaruh Harga dan Brand Image terhadap keputusan pembelian produk kecantikan lipstik merek wardah di Toko Wardah Official Shop di Aplikasi Shopee pada Mahasiswi Universitas Sari Mutiara Indonesia.

2. Bagi Universitas Sari Mutiara Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan Evaluasi bagi pengembangan penulisan dan penelitian karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan Pengaruh Harga dan Brand Image terhadap keputusan pembelian produk kecantikan lipstik merek wardah di Toko Wardah Official Shop di Aplikasi Shopee pada Mahasiswi Universitas Sari Mutiara Indonesia.

3. Bagi Peneliti yang akan datang

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi dan menjadi bahan refrensi dan sebagai acuan bagi peneliti lanjutan terutama dalam pembahasan Pengaruh Harga dan Brand Image terhadap keputusan pembelian produk

kecantikan lipstik merek wardah di Toko Wardah Official Shop di Aplikasi shopee pada Mahasiswi Universitas Sari Mutirara Indonesia.

