

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri kecantikan salah satunya di Indonesia telah mengalami perkembangan yang begitu pesat. Perubahan dalam sektor ekonomi, sosial budaya, dan teknologi berkontribusi terhadap pergeseran tren di masyarakat, yang mana produk kecantikan menjadi salah satu bagian penting didalam kehidupan, dimana yang paling utama untuk para wanita. Kemajuan pada berbagai bidang tersebut juga mendorong akan persaingan yang ketat dalam industri ini. Agar tetap bertahan dan bisa memenuhi kebutuhan pelanggan, perusahaan kecantikan perlunya berinovasi secara bertahap agar dapat bersaing di pasar yang dinamis. Dengan adanya kemajuan zaman, masyarakat dituntut untuk mengikuti percepatan tersebut atau dengan kata lain masyarakat itu dituntut untuk lebih modern. Hal ini untuk terjun ke dalam masyarakat modern selain akademik juga perlu penunjang lain yaitu seperti penampilan fisik.

Sebagai seorang muslim, perlunya menjaga dan merawat anugrah tubuh yang sudah diberikan oleh pencipta kita, yaitu oleh Allah SWT dengan sebaik-baiknya makhluk ciptaan-Nya. Merawat dan menjaga kesehatan kulit merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan. Allah SWT juga memberi perintah kepada umat-Nya untuk selalu menaati berbagai perintah-Nya dan menjauhi berbagai larangan-Nya sebagai bukti keimanan terhadap kekuasaan sang pencipta. Sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Maidah [5]:35

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَابْتَغُوا إِلَيْهِ الْوَسِيلَةَ وَجَاهِدُوا فِي سَبِيلِهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahan: *“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan*

carilah jalan yang mendekatkan diri kepada-Nya, dan berjihadlah pada jalan-Nya, supaya kamu mendapat keberuntungan”¹.

Dalam istilah syariat, makna “al-wasilah” yang terkandung dalam QS. Al-Maidah [5]:35 merujuk pada perintah kepada manusia, khususnya kepada orang-orang beriman untuk melaksanakan ibadah dan amal perbuatan yang mendekatkan diri kepada Allah SWT. Salah satu bentuk ibadah yang mencerminkan rasa syukur adalah menjaga dan merawat ciptaan Allah SWT, termasuk kesehatan kulit. Seorang muslim menunjukkan rasa syukurnya dengan merawat tubuh yang telah dianugerahkan olehnya dengan sebaik-baiknya. Merawat kesehatan kulit dan jasmani bukan sekedar kebiasaan, tetapi juga merupakan bentuk penghargaan atas nikmat yang telah diberikan Allah, sehingga perlunya dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran.

Kulit adalah bagian luar yang berfungsi sebagai pelindung utama, dan menjadi perhatian yang begitu penting dalam perawatan diri. Aktivitas di luar ruangan meningkatkan risiko paparan sinar matahari, sementara di dalam ruangan, suhu dingin dari kipas atau AC dapat menyebabkan kulit kurang sehat. Oleh karena itu salah satu bentuk perawatan tersebut adalah penggunaan skincare. Perawatan kulit atau skincare menjadi penting dan berperan dalam menjaga kelembapan serta kesehatan kulit. Skincare terbagi menjadi dua jenis yaitu skincare untuk wajah dan *skincare* pada tubuh bisa disebut dengan *body care*. Hal ini sesuai dengan data dari Badan Statistika tahun 2025 yang menunjukkan adanya pertumbuhan pada produk kecantikan dimana jenis krim dan lotion untuk tubuh, perawatan tangan dan kaki,

¹ Diakses melalui “TafsirWeb,” <https://Tafsirweb.Com/1919-Surat-Al-Maidah-Ayat-35.Html>, Pada Tanggal 16 Maret 2025, Pukul 1039 WIB.

diperkirakan tumbuh sebesar 5,47% dan diprediksi akan naik untuk setiap tahunnya dari tahun 2025 hingga 2030. Tabel data bisa dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.1
Tabel Proyeksi Pendapatan dari Pasar Perawatan Tubuh di Indonesia
(2025–2030)

Tahun	Estimasi Pendapatan (miliar USD)
2025	0.82
2026	0.865
2027	0.912
2028	0.962
2029	1.015
2030	1.07

Sumber: Statista Pasar Body

Berdasarkan data diatas tahun 2025 pendapatan di pasar *body* atau perawatan tubuh Indonesia diperkirakan mencapai US\$0,82 miliar pada tahun 2025. Diperkirakan pasar akan mengalami tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 5,47% (CAGR 2025-2030). Perawatan tubuh ini mencakup produk kecantikan yang dirancang untuk perawatan dan perlindungan kulit. Ini mencakup semua jenis krim dan lotion untuk tubuh, perawatan tangan dan kaki. Berdasarkan data diatas, dapat di simpulkan bahwa pendapatan pasar perawatan tubuh di Indonesia diperkirakan akan terus mengalami peningkatan pada setiap tahunnya, sehingga akan membuka peluang bagi pertumbuhan industry di sektor produk kecantikan seperti halnya *hand and body lotion*, sehingga banyak merek-merek yang akan bersaing dalam hal penjualan produk kecantikan dengan kualitas yang terbaik.² Tingginya kebutuhan masyarakat terhadap produk perawatan diri mendorong

² Statista, Body – Indonesia, Diakses melalui <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/skin-care/body/indonesia> pada tanggal 07 Februari 2025, Jam 21.16 WIB.

munculnya berbagai merek *hand and body lotion* seperti Marina, Nivea, Vaseline, Shinzu'i, dan Citra serta merek lainnya.

Dalam konteks saat ini, pada generasi anak-anak muda yang merupakan salah satu segmen pasar yang sangat berpotensi. Menurut riset dari Market dan GoodStats (2024-2025), lebih dari 50% produk kecantikan paling laris di ecommerce berasal dari merek lokal, dan sekitar 69% anak muda terpengaruh oleh konten produk lokal yang mereka lihat di media sosial.³ Hal ini mengindikasikan meningkatnya kepercayaan dan dukungan anak muda terhadap merek lokal. Yang dimana mereka juga mempertimbangkan aspek kualitas dan harga dalam memilih produk, serta mendukung keberlanjutan dan nilai sosial dari merek tersebut.⁴ Salah satu produk lokal yang cukup menonjol adalah marina, yang menempati posisi kedua dalam kategori *Top Brand for Teens 2024* dengan pangsa pasar sebesar 22,90%, bersaing ketat dengan citra dan nivea. Berikut adalah data TOP Brand Award perawatan pribadi untuk anak remaja berdasarkan pangsa pasar:⁵

Tabel 1.2

Top Brand For Teens 2022-2024 Kategori *Hand and Body Lotion*

Top Brand Award 2022				Top Brand Award 2023				Top Brand Award 2024			
Brand	TBI			Brand	TBI			Brand	TBI		
Citra	34.40%	TOP 1		Citra	29.80%	TOP 1		Citra	27.60%	TOP 1	
Marina	18.50%	TOP 2		Marina	18.90%	TOP 2		Marina	22.90%	TOP 2	
Nivea	24.80%	TOP 3		Nivea	26.80%	TOP 3		Nivea	22.00%	TOP 3	
Shinzu'i	-			Shinzu'i	2.70%			Shinzu'i	7.20%		

³ Diakses melalui https://goodstats.id/article/bangga-buatan-indonesia-media-sosial-dorong-anak-muda-pilih-produk-lokal-Geas0?utm_source=chatgpt.com, pada tanggal 05 Juli 2025, Pukul 16.03 WIB.

⁴ Diakses melalui https://www.marketeers.com/transformasi-industri-kecantikan-2020-2025-dari-kuantitas-ke-kualitas/?utm_source=chatgpt.com, pada tanggal 05 Juli 2025, Pukul 16.03 WIB.

⁵ Diakses melalui www.topbrand-award.com, Pada tanggal 17 Desember 2024, Pukul 13.40 WIB.

Vaseline	4.00%			Vaseline	2.70%			Vaseline	6.40%		
----------	-------	--	--	----------	-------	--	--	----------	-------	--	--

Sumber: *Top Brand Award* (www.topbrand-award.com) 2024

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat dilihat bahwa secara nasional merek Citra menempati posisi Top Brand pertama, sementara Marina berada pada posisi kedua. Fenomena menarik ditemukan di lingkungan MA Ma'arif Udanawu Blitar. Berdasarkan hasil observasi awal dan pra-penelitian, *hand and body lotion* merek Marina justru menjadi produk yang paling banyak digunakan oleh siswi kelas 11 dibandingkan merek lainnya. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan antara posisi merek secara nasional dengan realitas penggunaan produk di lingkungan sekolah. Perbedaan tersebut mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang memengaruhi keputusan pembelian siswi terhadap produk Marina. Namun demikian, posisi merek secara nasional tidak selalu mencerminkan kondisi penggunaan produk di lingkungan tertentu, khususnya di lingkungan sekolah. Berdasarkan observasi awal dan pra-penelitian yang dilakukan peneliti, *hand and body lotion* Marina justru menjadi merek yang paling banyak digunakan oleh siswi, khususnya siswi kelas 11. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan antara posisi merek Marina secara nasional dengan realitas penggunaan produk di lapangan.

Terdapat banyak pilihan untuk beragamnya merek *hand and body lotion* yang sudah tersebar di pasaran saat ini, seperti Marina, Nivea, Citra, Shinzu'i, dan Vaseline, memberikan banyak pilihan untuk para konsumen agar lebih berhati – hati dalam memilih beragamnya jenis produk yang akan dipakai sesuai dengan kebutuhannya. Kondisi ini menjadikan tantangan untuk perusahaan agar selalu terus berinovasi dan mengoptimalkan kreativitas dalam menjalankan bisnisnya guna mempertahankan serta memperluas pangsa pasar. Salah satu target pasar yang

cocok untuk produk *hand and body lotion* adalah remaja wanita, terutama para siswi sekolah MA Ma'arif Udanawu Blitar. Berikut data perbandingan dari tiga sekolahan untuk dijadikan sebuah alasan peneliti mengambil satu sekolahan sebagai objeknya:

Tabel 1.3
Data Nama–Nama Sekolahan dan Jumlah Siswa-Siswi untuk Dijadikan Perbandingan

Nama Sekolahan	Jumlah Siswa-Siswi	Alamat Sekolahan
MA Ma'arif Udanawu Blitar	1.800	Bakung - Kec. Udanawu - Kab. Blitar
MAN 3 Blitar	1.195	Kunir - Kec. Wonodadi - Kab. Blitar
MAN 1 Blitar	1.132	Gaprangan - Kec. Kanigoro - Kab. Blitar

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Tabel diatas menyajikan data beberapa Madrasah Aliyah di wilayah Blitar yang digunakan sebagai bahan perbandingan awal dalam penentuan lokasi penelitian. Sekolah-sekolah yang tercantum dalam tabel ini tidak dijadikan sebagai objek penelitian, melainkan sebagai pembanding untuk melihat posisi MA Ma'arif Udanawu Blitar dibandingkan dengan madrasah lain yang memiliki karakteristik relatif sejenis. Pemilihan sekolah pembanding didasarkan pada kesamaan jenjang pendidikan, yaitu Madrasah Aliyah, serta berada dalam wilayah geografis yang sama. Hal ini bertujuan agar perbandingan yang dilakukan bersifat proporsional dan relevan. Data jumlah siswa-siswi pada tabel ini digunakan secara deskriptif sebagai pertimbangan awal dalam menentukan lokasi penelitian, bukan untuk dianalisis lebih lanjut secara statistik. Berdasarkan data jumlah siswa, MA Ma'arif Udanawu memiliki populasi siswa yang lebih besar yaitu sebanyak 1.800 siswa. Dimana

jumlah ini secara signifikan lebih tinggi dibandingkan dengan sekolah lain seperti MAN 3 Blitar dan MAN 1 Blitar. Populasi yang lebih besar akan memungkinkan pengambilan sampel yang lebih representatif, sehingga akan meningkatkan validitas dan reliabilitas data yang dikumpulkan.

Kedua, secara demografis, MA Ma'arif Udanawu Blitar memiliki jumlah siswi yang lebih dominan dibandingkan sekolahan-sekolahan lainnya. Mengingat objek penelitian ini ialah keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Marina, yang umumnya ditujukan untuk kalangan remaja putri, maka sekolahan dengan mayoritas populasi siswi lebih relevan sebagai lokasi penelitian. Hal ini diharapkan agar bisa memberikan hasil yang lebih sesuai dengan karakteristik konsumen sasaran dari produk tersebut. Lalu yang ketiga, terkait faktor aksesibilitas juga menjadi pertimbangan penting. Dimana lokasi MA Ma'arif Udanawu lebih mudah dijangkau oleh peneliti dibandingkan dengan lokasi sekolahan lain seperti MAN 3 Blitar dan MAN 1 Blitar. Kemudahan akses ini akan mendukung terkait efisiensi dalam proses pengumpulan data baik dari segi waktu, tenaga, maupun biaya. Dimana terlihat pada tabel yang sudah dibuat oleh penulis dibawah ini:

Tabel 1.4

Perbandingan Jumlah Siswi di Setiap Sekolahan

MA Ma'arif Udanawu Blitar		MAN 3 Blitar		MAN 1 Blitar	
Jenis kelamin	Jumlah	Jenis kelamin	Jumlah	Jenis kelamin	Jumlah
Siswa laki-	811	Siswa laki-	383	Siswa laki-	297

laki		laki		laki	
Siswi	989	Siswi	812	Siswi	835
perempuan		perempuan		perempuan	

Sumber: Data diolah peneliti dan dari kemdikbud & kemenag

Berdasarkan data diatas bahwasannya pada sekolahan MA Ma'arif Udanawu Blitar siswinya berjumlah 989 lebih banyak dari jumlah siswi di sekolahan MAN 3 Blitar dan MA Darul Huda. Yang dimana secara demografis, MA Ma'arif Udanawu Blitar memiliki jumlah siswi yang lebih dominan dibandingkan sekolahan-sekolahan lainnya. Mengingat objek penelitian ini ialah keputusan konsumen untuk membeli *hand body lotion* Marina, yang umumnya ditujukan untuk kalangan remaja putri, maka sekolahan dengan mayoritas populasi siswi lebih relevan sebagai lokasi penelitian.

Tabel 1.5
Data Jumlah Siswa-Siswi Per Angkatan dari Kelas 10, 11, dan 12 MA Ma'arif Udanawu Blitar

Kelas	Jumlah Siswi	Jumlah siswa
Kelas 10	349	293
Kelas 11	330	244
Kelas 12	310	274
Total	989	811

Sumber : Data diolah peneliti

Tabel diatas adalah jumlah siswa-siswi di sekolahan MA Ma'arif Udanawu Blitar. Yang kemudian peneliti akan melaksanakan penyebaran angket awal mengenai data penggunaan *hand and body lotion* pada murid perempuan MA Ma'arif Udanawu Blitar melalui kuesioner untuk mengumpulkan data mengenai penggunaan *hand and body lotion* dan mengetahui jumlah penggunanya serta

merek apa yang kebanyakan menjadi pilihan siswi dan akan dipilih oleh peneliti sebagai responden. Berikut ini data yang telah didapatkan dari hasil pengisian kuesioner pada siswi pengguna *hand and body lotion*:

Tabel 1.6
Data Siswi Penggunaan *Hand and Body Lotion* Responden dari Kelas 10, 11, 12 MA Ma'arif Udanawu Blitar

Merek	Responden kelas 10	%	Merek	Responden kelas 11	%	Merek	Responden kelas 12	%
Citra	6	15%	Citra	3	7,5%	Citra	3	7,5%
Marina	22	55%	Marina	35	87,5%	Marina	15	37,5%
Nivea	4	10%	Nivea	2	5%	Nivea	13	32,5%
Shinzu'i	4	10%	Shinzu'i	0	0	Shinzu'i	4	10%
Vaseline	4	10%	Vaseline	0	0	Vaseline	5	12,5%
Jumlah	40	100%		40	100%		40	100%
Total	120							

Sumber: Data diolah peneliti

Keterangan: Jumlah responden pada masing-masing kelas sebanyak 40 siswi.

Dari hasil pra penelitian, peneliti mendapatkan hasil bahwa keseluruhan responden yang bersedia mengisi koesioner adalah siswi dari kelas 10, 11, dan 12 dengan total 120 responden. Responden siswi kelas 10 memilih merek citra sebanyak 6 responden dengan persentase 15%, merek marina 22 responden dengan presentase 55%, nivea, vaseline dan shinzu'i 4 responden dengan presentase 10%. Untuk siswi kelas 11 memilih merek citra sebanyak 3 responden dengan presentase 7,5%, merek Marina 35 responden dengan presentase 87,5%, sedangkan merek nivea 2 responden dengan presentase 5%, shinzu'i dan vaseline 0. Untuk siswi kelas 12 memilih merek citra sebanyak 3 responden dengan presntase 7,5%, merek marina sebanyak 15 responden sengan presentase 37,5% sedangkan merek nivea 13 responden dengan presentase 32,5%, shinzu'i 4 responden didapatkan presentase

sebesar 10% dan vaseline 5 responden dengan presentase 12,5%. Dari total 120 responden siswi kelas 10,11,dan 12, peneliti hanya mengambil 40 responden yang dijadikan bahan untuk melakukan penelitian awal atau pra-penelitian pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar. Peneliti mengambil dengan total 40 responden untuk pra penelitiannya sebab, dalam buku berjudul Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D yang ditulis oleh Sugiyono, jumlah responden dalam pra-penelitian umumnya berkisaran antara 10 hingga 30 orang. Namun dalam beberapa kasus, 40 responden juga diperbolehkan untuk meningkatkan akurasi uji coba instrumen, terutama jika sampel utama yang lumayan besar.⁶

Dari hasil diatas maka penulis mengambil siswi kelas 11 sebagai segmentasi pasar produk marina sebagai bahan untuk penelitian karena ditemukan rata-rata siswi kelas 11 sering membeli dan menggunakan *hand and body lotion* atau *body care* dari pada krim wajah ataupun serum dari beberapa jenis perawatan kulit yang di jadikan sebagai pilihan. Serta siswi kelas 11 kebanyakan memilih merek marina dengan jumlah terbanyak dari pada kelas lainnya. Dari banyaknya penelitian sebelumnya yang saya temui masih sangat minimnya penelitian tentang *hand and body lotion* merek marina apa lagi dengan siswi anak kelas 11 sebagai objek yang akan diteliti. Penelitian ini juga mempertimbangkan responden dengan kriteria, salah satunya adalah siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar sebagai segmentasi pasar dari *hand body lotion* dengan kisaran umur 17-18 tahun sebagai *pengguna hand and body lotion*. Berikut ini adalah data mengenai jumlah siswi yang telah membeli produk *hand and body lotion*:

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018). 84

Tabel 1.7
Data Frekuensi Jumlah Pembelian Produk *Hand and Body Lotion* Merek
Marina pada Siswi Kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar

Frekuensi	Jumlah siswi
1 kali	2
> 2 kali	179
Total	181

Sumber: Data diolah peneliti

Bisa dilihat tabel diatas, terlihat bahwasannya sebanyak 179 siswi telah melakukan pembelian *hand and body lotion* Marina lebih dari sekali. Hal ini menunjukkan bahwa 179 siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar memiliki keputusan dalam pembelian produk *hand and body lotion*, yang dipengaruhi oleh beberapa aspek atau factor seperti kualitas produk serta harga produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Sehingga diambil 30 dari 181 siswi pengguna *hand and body lotion* Marina syang berperan sebagai responden keterwakilan untuk kepentingan survei mengenai factor yang berperan dalam menentukan pengambilan keputusan pada produk Marina. Selain itu berikut adalah data faktor yang mengetahui keputusan pembelian pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar:

Tabel 1.8
Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian
Pada Siswi Kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar

Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	Jumlah
Kualitas Produk	28
Harga	9

Teman/keluarga	3
Gaya Hidup	0
Iklan	0
Total	40

Sumber : Data diolah peneliti

Terkait dengan keputusan pembelian, penulis menggunakan faktor – faktor pengambilan keputusan untuk siswi MA Ma’arif yakni: harga, kualitas produk, gaya hidup, teman/keluarga, dan iklan.⁷ Hasil dari koesioner pra penelitian yang telah dilakukan melibatkan 40 responden, dimana sebanyak 28 responden melakukan pembelian *hand and body lotion* merek Marina karena kualitas produknya. Sementara itu, 9 responden membeli produk Marina karena harga produknya yang terjangkau bagi kalangan pelajar dan 3 responden memilih merek sebagai faktor pengambilan keputusan.

Hasil dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa ada dua faktor utama seperti kualitas produk dan harga dengan jumlah responden terbanyak sehingga dapat diasumsikan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli *hand and body lotion* merek Marina. Kualitas produk adalah di mana konsumen cenderung memilih produk dengan kualitas terbaik menurut mereka. Tjiptono menyatakan jika kualitas produk menggambarkan kombinasi menyeluruh dari beberapa elemen dan sifat produk yang memiliki kemampuan untuk memberikan pemenuhan terhadap kebutuhan konsumen.⁸ Produk yang dipersepsikan berkualitas

⁷ Anggraini Puspitasari and Finisica Dwijayati Patrikha, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Universitas Pada Siswa Kelas XII SMA Negeri 22 Surabaya,” *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan* 2, no. 1 (2018): 2–3, doi:10.26740/jpeka.v2n1.p1-10.

⁸ Fandy Tjiptono & Anastasia Dwi Candra, *Pemasaran*, 1st ed. (Yogyakarta: Andi Publisher, 2020).

baik, biasanya lebih mampu menarik perhatian konsumen, karena mereka cenderung berpotensi memilih produk yang berkualitas. Serta *Hand and body lotion* Marina sendiri telah mendapat penilaian positif dari konsumen.⁹ Berikut adalah daftar harga dari berbagai merek antara lain:¹⁰

Tabel 1.9
Harga *Hand and Body Lotion* (Ukuran 200 ml)

No	Merek	Ukuran Kemasan (ml)	Harga
1.	Vaseline	200 ml	Rp 33.000
2.	Nivea	200 ml	Rp 29.000
3.	Citra	200 ml	Rp 23.000
4.	Shinzu'i	200 ml	Rp 22.000
5.	Marina	200 ml	Rp 10.500

Sumber: Iprice, Katalog *Harga Body Lotion* di Indonesia

Harga yang ditawarkan oleh perusahaan ke pasaran juga dapat menjadi factor yang turut menentukan pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen. Kotler dan Armstrong menyebutkan harga sebagai besaran pengeluaran konsumen dalam rangka memperoleh produk atau barang yang mereka butuhkan.¹¹ Konsumen umumnya lebih menyukai harga yang terjangkau karena dapat menghemat pengeluaran untuk kebutuhan lain. Untuk anak pelajar sendiri, mereka lebih condong untuk memilih produk yang memiliki harga relative ekonomis

⁹ M. Oloan Asmara Nst Suri Amilia, "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa," *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam* 6, no. 1 (2017): 660–61.

¹⁰ Iprice, Katalog Harga Body Lotion di Indonesia, Diakses di <https://iprice.co.id/perlengkapan-mandi-tubuh/losion/> pada tanggal 26 Desember 2024 , jam 18.42 WIB

¹¹ Rima Dwi Safitri, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Marina Di Kota Surakarta" 2023. 6

namun tetap bisa memenuhi standar kualitas. Terjangkaunya harga *hand and body lotion* marina, membuat produk ini tetap bisa dibeli dan digunakan oleh konsumen dari kalangan pelajar yang belum memiliki penghasilan tetap.

Jika dikaitkan dengan kondisi lapangan, harga *hand and body lotion* Marina yang relatif lebih terjangkau dibandingkan merek lain, hal ini menjadi salah satu alasan rasional bagi siswi dalam menentukan pilihan. Sebagai konsumen dari kalangan pelajar yang belum memiliki penghasilan tetap, kesesuaian antara harga dan manfaat produk menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Selain itu, kualitas produk Marina yang dirasakan mampu menjaga kelembapan dan kenyamanan kulit turut memperkuat keputusan siswi untuk melakukan pembelian, bahkan pembelian ulang.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara posisi merek Marina secara nasional dengan kenyataan penggunaan produk di lingkungan sekolah. Meskipun Marina tidak menempati posisi Top Brand pertama secara nasional, produk ini justru menjadi pilihan utama siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji sejauh mana kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar.

Berdasarkan fenomena lapangan, data pra-penelitian, serta adanya kesenjangan antara teori dan realitas tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dalam penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand and Body Lotion* Marina.**

(Studi Kasus Pada Siswi Kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar)".

B. Rumusan Masalah

Pembahasan yang sistematis memerlukan adanya perumusan masalah. Dengan mengacu pada uraian penjelasan dalam latar belakang sebelumnya, maka rumusan permasalahan dapat disajikan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar

Udanawu Blitar

D. Kegunaan Penelitian

Harapan penulis pada penelitian ini adalah bisa memberikan kontribusi yang berarti, baik dari sisi pengembangan teori maupun penerapan praktis, sehingga bisa memberikan manfaat yang jelas dalam konteks ilmiah maupun praktik nyatanya, antara lain:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penulisan ini dapat menjadi sumber bagi para penulis dimasa depan, terlepas dari apakah mereka berfokus pada variabel yang sama atau variabel yang lain, dan diharapkan dapat memperluas wawasan dan informasi berkaitan dengan sejumlah factor yang bereperan dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam memilih suatu produk.

2. Kegunaan Secara praktis

a. Bagi pelaku usaha

Penulisan ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi perusahaan *hand and body lotion* merek Marina dan produk lainnya sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan pedoman dalam menerapkan strategi kualitas produk dan harga.

b. Bagi Akademik

Melalui penelitian ini, diharapkan tersedia tambahan literatur yang bermanfaat bagi civitas akademisi khususnya mahasiswa yang tengah melakukan kegiatan penelitian terkait pengaruh kualitas produk dan harga

terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu membantu menemukan jawaban atas permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Serta dapat memberikan data dan informasi untuk pengambilan keputusan.

d. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, diharapkan menjadi wadah untuk mengimplementasikan pengetahuan selama perkuliahan ke dalam praktik dunia bisnis nyata sekaligus sebagai bentuk pelaksanaan kewajiban penyusunan tugas akhir syarat kelulusan S1.

E. Hipotesis Penelitian

Dalam suatu penelitian, hipotesis berfungsi sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian serta mempermudah penyusunan rancangan kesimpulan. Hipotesis dapat dipahami sebagai dugaan sementara yang masih memerlukan pembuktian, sehingga bias benar maupun salah. Hipotesis akan di tolak apabila tidak sesuai dengan fakta, dan sebaliknya dapat diterima apabila didukung oleh fakta yang ada.

Hipotesis secara teknis dapat dipahami sebagai pernyataan mengenai populasi, yang kebenarannya akan diujikan berdasarkan data yang sudah dikumpulkan dari sampel penelitian. Dari perspektif statistik, hipotesis sendiri berisi pernyataan tentang kondisi suatu parameter yang akan diuji melalui sampel tersebut. Dengan ini hipotesis tidak hanya sebagai rangkuman dari kesimpulan teoritis saja, tetapi juga berfungsi sebagai jawaban sementara

terhadap permasalahan yang sedang diteliti, sehingga memberikan arah bagi proses analisis data dan pengambilan kesimpulan.

Berdasarkan uraian pengembangan hipotesis diatas, maka dapat dituliskan hipotesis sebagai berikut:

1. Ho: Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar.

Ha: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar.

2. Ho: Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar.

Ha: Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar.

3. Ho: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar.

Ha: Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *hand and body lotion* Marina pada siswi kelas 11 MA Ma'arif Udanawu Blitar.

F. Telaah Pustaka

Telaah pustaka adalah meninjau kembali literatur penelitian sebelumnya yang mendukung dan berkaitan dengan focus permasalahan dalam penelitian ini. Kajian terhadap penelitian sebelumnya berguna sebagai rujukan atau perbandingan dalam menelaah hasil-hasil yang dicapai oleh penelitian sebelumnya. Terdapat beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, di antaranya:

1. Skripsi Rahmananda Amrina Rosyada (2024) yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Body Lotion Scarlet Whitening* (Studi Pada Pengguna *Body Lotion Scarlett Whitening* Di *Shopee Mall* Indonesia)”. Penelitian ini dilakukan dengan maksud mengidentifikasi pengaruh *brand image* serta harga terhadap keputusan pembelian *body lotion Scarlett Whitening*. Hasil analisis memperlihatkan bahwa citra merek maupun harga secara signifikan mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian *body lotion scarlett whitening*.
2. Skripsi Nafi’atul Afifah (2023) yang berjudul “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi Pada Toko Sudut Cantik Office & Warehouse)”. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengidentifikasi adanya pengaruh antara variable produk dan harga terhadap keputusan pembelian lipstik wardah. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa variable x1 dan x2 memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat keputusan

pembelian Lipstik Wardah (Studi Pada Toko Sudut Cantik Office & Wherehouse).

3. Skripsi Arrum Mahrifathul Aisyah (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hijab Basic Voal Premium Umama (Studi Kasus Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Konsumen Dari Toko Nymaz Hijab)”. Skripsi IAIN Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen hujab basic lokal Voal Premium Umama. Dari hasil penelitian yang dianalisis melalui uji korelasi, diperoleh temuan bahwa variable kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk hujab Voal Premium Umama. Besarnya pengaruh yang diberikan oleh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen hanya sebagian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh factor lain, antara lokasi penjualan dan staregi promosi.
4. Skripsi Intan Kurnia Wandhita (2023) yang sberjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Body Lotion* Scarlett Whitening Pada Generasi Z Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Studi ini diarahkan untuk menganalisis hubungan antara kualitas produk dan citra merek dengan keputusan pembelian *body lotion Scarlett Whitening*. Berdasarkan hasil penelitian dapat dituliskan bahwa kedua variabel X memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y.

5. Skripsi Natalia Natasya Sitohang (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek MS Glow Di Kota Jambi”. Skripsi Universitas Batanghari Jambi. Studi ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas produk dengan keputusan pembelian produk dengan merek MS Glow. Dari temuan dapat ditulis bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian MS Glow. Uji hipotesis t dapat diketahui t hitung 5,207 lebih besar dari t tabel 1,66055, maka H_0 ditolak H_a diterima.
6. Skripsi Yulia Ariyanti (2022) yang berjudul “Pengaruh Iklan dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Marina *Hand And Body Lotion* dalam Perspektif Ekonomi Islam. (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga Masyarakat Kelurahan Wates Kota Semarang)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian Marina *hand and body lotion*. Berdasarkan hasil penelitian dapat dituliskan bahwa iklan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Marina *hand body lotion* pada ibu rumah tangga masyarakat kelurahan Wates kota Semarang. Serta citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Marina *hand and body lotion* pada ibu rumah tangga masyarakat kelurahan Wates kota Semarang.