

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan manusia saat ini membawa dampak bagi perkembangan teknologi dan industri terutama pada sektor bisnis. Lingkungan yang cepat berubah membawa dampak pada suatu bisnis dengan pasar, sosial, dan budaya yang ada dalam ruang lingkup masyarakat. Banyaknya usaha yang bermunculan saat ini membawa dampak persaingan antara perusahaan skala kecil maupun skala besar. Dalam kondisi persaingan yang kian meningkat perusahaan, sangat bahaya jika sebuah perusahaan hanya mengandalkan suatu produk tanpa ada usaha untuk mengembangkan produk dari perusahaan tersebut. Salah satu bidang pemasaran pada era globalisasi saat ini menekan adanya perubahan dalam keputusan pembelian konsumen.

Produk yaitu semua jenis barang atau jasa yang bisa dipromosikan dan ditawarkan pada calon konsumen sehingga dapat menarik minat, digunakan maupun dikonsumsi. Dalam produk ini terkandung beberapa fungsi produk atau faktor pendukung lain yang diharapkan oleh konsumen. Agar dapat membuat konsumen tertarik dalam membeli sebuah produk yang ditawarkan sebuah perusahaan harus berhasil mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Selain itu juga didukung dengan upaya produsen dalam meningkatkan kualitas produk,

dan juga meningkatkan promosi. Agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang dijual harus unik, penampilan yang menarik, dan tidak lupa didukung dengan kualitas yang baik. Pasar atau produsen yang memberikan kualitas bagus jika suatu produk sesuai atau melebihi harapan konsumen. Dalam berbagai tawaran pasar pembeli akan selalu memilih yang mampu memberikan nilai memuaskan, peningkatan kualitas produk akan meningkatkan penilaian konsumen dalam sebuah produk tersebut naik.

Dalam menghadapi persaingan industri terutama sektor pemasaran salah satunya dengan meningkatkan promosi. Melakukan penjualan dan usaha promosi harus dilakukan oleh sebuah perusahaan. Konsep penjualan memiliki asumsi bahwa konsumen biasanya menunjukkan keenganan membeli dan harus diarahkan dan dipengaruhi untuk memutuskan pembelian.¹ Agar suatu produk dikenal dan diketahui oleh masyarakat sebuah perusahaan harus melakukan promosi. Kegiatan menarik perhatian pembeli dan memperkenalkan sebuah produk suatu perusahaan kepada calon pembeli disebut sebagai promosi. pencarian informasi melalui internet ataupun melalui media sosial adalah kegiatan yang sering dilakukan konsumen sebelum membeli sebuah produk. Maka dari itu perusahaan atau produsen harus pandai memanfaatkan teknologi dalam mempromosikan produk yang dimiliki melalui internet dan sosial media.

¹ Ujang Sumarwan Dan Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen* (Bogor: IPB Press, 2019),8.

Suatu hal yang indah dengan menarik perhatian dan juga ideal adalah salah satu definisi cantik. Definisi cantik saat ini dinilai dari penampilan wajah dan tubuh yang memiliki kulit yang putih. Dalam beberapa tahun kebelakang banyak bermunculan brand yang beredar dari produk kecantikan. Faktor besar yang mempengaruhi perluasan industri kecantikan didominasi oleh peningkatan permintaan oleh kaum wanita, khususnya dalam kategori produk *body care*. Pengaruh tren para *beauty blogger* di media sosial menjadi kesadaran untuk menjaga penampilan terutama dalam masalah menjaga kesehatan kulit. Pengaruh ini berimbas pada semua lapisan masyarakat dari anak-anak dan dewasa untuk merawat dan melindungi kulit mereka dari sinar matahari saat berkegiatan di luar ruangan.

Body care saat ini menjadi salah satu bisnis yang sedang ramai dipasaran. Fenomena ini bisa dilihat dari meluasnya pelaku usaha di industri perawatan kulit. Salah satunya adalah produk Scarlett whitening yang sudah registered di BPOM dan menjadi brand lokal yang berasal dari Indonesia. Artis Felicya Angelista adalah pemilik *brand beauty care* scarlett whitening bisnis ini dimulai pada tahun 2017. Beberapa produk scarlett whitening sebagai perawatan kulit yang meliputi *body lotion, body scrub, shower scrub*. Scarlett whitening ini banyak menarik perhatian kaum wanita karena produk ini memberikan pemahaman kepada konsumen bahwa produk ini dapat memutihkan badan.

Di Indonesia banyak sekali organisasi-organisasi dalam untuk mengembangkan diri lebih luas. Organisasi ini dapat melatih kedisiplinan, keberanian, serta mengembangkan kemampuan yang dimiliki. Dalam organisasi banyak sekali kegiatan di luar yang akan membuat kulit kita terpapar sinar matahari dan menjadi lebih gelap dan membuat kita memiliki masalah kulit dan menjadi tidak percaya diri. Apalagi kaum wanita yang sangat mementingkan penampilannya. Berikut ini jumlah anggota aktif organisasi Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU) dan Nasyyatul Aisyiyah (NA)

Tabel 1.1

Jumlah Anggota IPPNU Dan NA Periode 2021-2023

NA	IPPNU
316	433

Sumber : Hasil observasi pada tanggal 27 Desember 2022 (diolah)²

Berasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa anggota perempuan terbanyak adalah organisasi ippnu, sehingga peneliti mengambil anggota IPPNU sebagai objek penelitian.

IPPNU adalah singkatan dari Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama. IPPNU ini adalah organisasi yang mewadahi para pelajar khusus pelajar putri yang berumur 13-25 tahun yang masih mengenyam pendidikan dibangku sekloah maupun bangku kuliah, organisasi dalam naungan lembaga Nahdlatul Ulama atau biasa kita sebut sebagai NU. Organisasi ini

² Wawancara dilakukan pada tanggal 27 Desember 2021.

mempunyai fungsi membantu menjalankan kebijakan yang ada didalam lembaga NU yang berkarakter kekeluargaan, kemasyarakatan, keterpelajaran dan kagamaan.

Tabel 1.2

Rata-Rata Jumlah Pengguna *Body Care*

Pada Anggota IPPNU Kota Kediri Periode 2021-2023

No	Nama Produk Skincare	Jumlah Pengguna
	Scarlett whitening	102
	Marina	45
	Citra	78
	Shinzu'i	56
	Nivea	63
	Vaseline	74
	Merek Lain	15
	Total	433

Sumber : Hasil observasi pada tanggal 27 Desember 2021 (diolah)

Dari hasil tabel 1.2 ini kita dapat melihat jumlah pengguna *body care* pada anggota IPPNU Kota Kediri lebih banyak membeli produk scarlett whitening sebagai *body care* mereka sehingga peneliti memilih scarlett whitening sebagai penelitian.

TABEL 1.3

Perbandingan *Body Care* Scarlett Whitening, Vaseline, Dan Citra

Keterangan	Scarlett whitening	Vaseline	Citra
Kualitas produk	<p>a. <i>body lotion</i> : mengandung <i>Fragrance brightening, vitamin E, Gluthatione</i> serta <i>Triiporopanoll Amin</i> yang mampu mencerahkan kulit tubuh dengan cepat. Scarlett whitening Sudah memiliki izin BPOM. kemasan botol dengan pump, sehingga mudah untuk mengambil <i>lotion</i>, dan juga memiliki <i>safety lock</i> yang berguna agar <i>lotion</i> ini tidak mudah tumpah saat dibawa kemana saja. Memiliki varian yang banyak serta aroma aroma yang lembut, segar, dan mewah saat di pakai dan pastinya tahan lama seperti menggunakan parfum berkelas.</p> <p>b. <i>Shower scrub</i>: yang di dalamnya mengandung <i>gluthatione, vitamin E</i> dan butiran <i>scrub</i> yang halus baik dalam melembabkan, meregenerasi, dan baik dalam untuk kulit tubuh. Scarlett whitening Sudah memiliki izin BPOM. Kemasan dari shower scrub berbentuk <i>flip top</i>, memiliki segel plastik sehingga tidak mudah tumpah. Memiliki aroma</p>	<p>a. <i>Body lotion</i> : B3 yang membuat kulit sehat dan lebih cerah, dilengkapi <i>micro droplets</i> untuk melembabkan kulit kering. Vaseline ini sudah memiliki izin BPOM. kemasan dari vaseline <i>pump</i> dan kemasan dalam bentuk <i>flip top</i>. Memiliki aroma yang menyenangkan saat dipakai.</p>	<p>a. <i>Body lotion</i> : vitamin C dan E yang menutrisi kulit dan menjaga kelembapan, dan diperkaya SPF untuk melindungi kulit dari polusi dan sinar <i>ultraviolet</i>. kemasan dengan bentuk <i>flip top</i>. Memiliki aroma bunga dan rempah rempah dan juga memiliki ketahanan wangi yang baik.</p> <p>b sabun : terdapat kandungan bahan alami yang mengagkat sel kulit mati dan mencerahkan warna kulit berbentuk kemasan sabun batang pada umumnya dan ada isi ulang.</p> <p>c <i>Body scrub</i> : mengandung 100% <i>natural assence</i> dan bahan bahan alami dan butiran <i>scrub</i> yang tidak terlalu kasar yang bagus untuk mengangkan sel kulit mati. kemasan berbentuk pot agar tidak mudah tumpah dan mudah di ambil</p>

Keterangan	Scarlett whitening	Vaseline	Citra
	<p>aroma yang lembut, segar yang mampu merelaksasi kulit tubuh.</p> <p>c. <i>Body scrub</i> : mengandung vitamin E, <i>gluthatione</i>, dan ada butiran <i>scrub</i> halus dimana <i>scrub</i> ini berguna untuk mencerahkan kulit dan juga melembabkan kulit tubuh. Scarlett whitening Sudah memiliki izin BPOM. Kemasan berbentuk pot agar tidak mudah tumpah dan mudah di ambil. Memiliki aroma yang lembut, segar, dan mewah saat di pakai dan pastinya tahan lama.</p>		
Promosi	<p>Scarlett whitening mengandeng Song Joong Ki dari Korea sebagai salah satu <i>brand ambassador, endorsment artis, influencer</i>, dan media sosial. Produk scarlett ini bisa diteui di swalayan dan toko online. Scarlett whitening mempublsh produknya melalui iklan dan media sosial.</p>	<p><i>Endorsment</i> artis, iklan, media sosial. Produk vaseline bisa ditemui di swalayan dan marketplace. Vaseline mempublsh produkna melalui iklan dan media sosial</p>	<p>Iklan, <i>Endorsment</i> artis. Produk citra bisa ditemui di swalayan dan marketplace. Citra mempublsh produknya melalui iklan dan media sosial</p>

Sumber : data diolah peneliti ³

Penekanan terhadap pengemasan suatu produk adalah fungsi dari produk tersebut, disamping warna, dan desain. Pengemasan inilah

³ <https://www.vaseline.com>, <https://www.scarlet-whitening.com/bodycare>, <https://www.cantikcitra.co.id>, diakses tanggal 27 Desember 2021.

konsumen tertarik untuk membeli barang tersebut, selain itu juga penting dalam pemasaran suatu produk perusahaan agar mengusahakan produk yang akan dipasarkan memiliki penampilan, warna, serta gaya yang menarik konsumen agar membeli produk tersebut.

TABEL 1.4

Alasan Konsumen Membeli *Body Care Scarlett Whitening*

No	Keputusan pembelian	Penilaian responden
1.	Kualitas produk	13
2.	Harga	4
3.	Promosi	11
4.	Lokasi	7
Total		35

Sumber : hasil observasi pada tanggal 27 Desember 2021 (diolah)

Dari tabel 1.4 kita dapat melihat bahwa 13 responden memilih kualitas produk, 4 responden memilih harga, 11 responden memilih promosi, dan 7 responden memilih lokasi. Dalam bauran pemasaran ini adalah harga, lokasi, produk, dan juga promosi. Kualitas produk meliputi manfaat, fungsi, dan karakteristik yang ada dalam produk tersebut. Harga adalah berapa harga yang akan ditetapkan untuk membeli sebuah produk tersebut. Promosi bagaimana perusahaan memperkenalkan produk yang dimiliki kepada masyarakat. Lokasi berkenaan dengan pendistribusian barang. Dapat disimpulkan bahwa faktor paling mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah kualitas produk dan promosi. Maka berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti

dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BODY CARE SCARLETT WHITENING* (STUDI KASUS ANGGOTA IPPNU KOTA KEDIRI PERIODE 2021-2023)”**

B. Rumusan Masalah

Pada latar belakang yang sudah di uraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk *body care scarlett whitening*?
2. Bagaimana promosi *body care scarlett whitening*?
3. Bagaimana keputusan pembelian *body care scarlett whitening*?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap pembelian *body care scarlett whitening* pada anggota aktif IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023 ?
5. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian *body care scarlett whitening* pada anggota aktif IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023 ?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian *body care scarlett whitening* pada anggota aktif IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023 ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini mempunyai tujuan untuk memperoleh bukti yang diperoleh dari penelitian mengenai :

1. Mengetahui kualitas produk *body care* scarlett whitening.
2. Mengetahui promosi *body care* scarlett whitening.
3. Mengetahui keputusan pembelian *body care* scarlett whitening.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *body care* scarlett whitening pada anggota aktif IPPNU Kota Kediri 2021-2023
5. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian *body care* scarlett whitening pada anggota aktif IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023.
6. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian *body care* scarlett whitening pada anggota aktif IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan
diharapkan agar perusahaan menjadi lebih baik dalam meningkatkan kualitas produk dan promosi agar para konsumen lebih tertarik dalam membeli produk.
2. Bagi akademik
Diharapkan menambah referensi dalam penelitian selanjutnya, dan memberikan wawasan yang berkaitan dengan keputusan

pembelian, agar bisa menjadi referensi dalam penelitian yang mahasiswa lakukan.

E. Hipotesis penelitian

Hipotesis digunakan saat menguji yang dapat menggambarkan hubungan atau keterkaitan antara masing-masing variabel dengan dukungan kerangka teori yang akan digunakan. (H_0) atau hipotesis nol yaitu hipotesis yang mengartikan tidak ada hubungan antara variabel satu dan yang lain. (H_a) atau hipotesis alternatif yaitu hipotesis yang mengartikan adanya hubungan antara variabel satu dengan yang lain dalam penelitian.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. H_a : Adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *body care* scarlett whitening pada anggota IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023.

H_0 : Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *body care* scarlett whitening pada anggota IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023.

2. H_a : Adanya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian *body care* scarlett whitening pada anggota IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023.

H_0 : Tidak ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian *body care* scarlett whitening pada anggota IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023.

3. H_a : Adanya pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian *body care scarlett whitening* pada anggota IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023.

H_0 : Tidak ada pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian *body care scarlett whitening* pada anggota IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023.

F. Telaah Penelitian

Peneliti mencari penelitian terdahulu yang bisa dijadikan sebagai referensi sekaligus bahan acuan dan perbandingan didalam penelitian. Adapun beberapa penelitian yang berhasil ditemukan antara lain :

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Erwin Setiadi, Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Syrup Monin Pada PT. Karisma Sukses Gemilang. Hasil regresi dalam penelitian ini juga memperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,411. Yang memiliki arti bahwa dalam penelitian ini harga (X_1) dan promosi (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen syrup pada PT. Kharisma sukses.⁴

Persamaan pada penelitian diatas, variabel X_2 dan Y yang sama-sama membahas tentang promosi dan keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya di sini adalah variabel X_1 membahas tentang harga sementara pada penelitian ini membahas tentang

⁴ Erwin Setiadi, *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Syrup Monin Pada PT. Kharisma Sukses Gemilang* (Skripsi Universitas Buddhi Dharma, 2020),119.

kualitas produk. Selain variable X_1 disini juga mempunyai perbedaan dalam objek yang akan di teliti syrup monin pada PT. Kharisma Sukses Gemilang . Sedangkan objek penelitian ini adalah *body care* scarlett whitening.

2. Penelitian oleh Isneini Suci Rahayu, dengan judu “pengaruh harga dan produk terhadap keputusan pembelian gethuk lindri dan tape singkong (studi pada home industri UD. Padhang Bulan (Asli Kediri)”. Penelitian ini diolah menggunakan pendekatan kuantitatif hubungan anantara harga dengan keputusan pembelian dalam penelitian ini memperoleh nilai t hitung 12,373 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1.98177). yang bisa disimpulkan variabel harga dan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelain. ⁵

Persamaan pada penelitian di atas adalah variabel keputusan pembelian. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada keputusan pembelian. sedangkan perbedaannya di sini variabel X_1 dan X_2 yaitu membahas tentang harga dan produk. Selain variable X_1 dan X_2 disini juga mempunyai perbedaan dalam objek yang akan di teliti yaitu pembelian gethuk lindri dan tape singkong (studi pada home industri UD. Padhang bulan (asli kediri). Sedangkan penelitian ini objek adalah *body care* scarlett whitening.

⁵ Isneini Suci Rahayu, *Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (studi pada home industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri*, (Skripsi Sarjana Institut Agama Islam Kediri, 2020), 108.

3. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Dhena Diayana Supit, dengan judul Penelitian pengaruh kualitas produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang produk kecantikan (Studi pada pelanggan navagreen di kota Yogyakarta). Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari uji F hitung dalam penelitian ini sebesar 51,377 artinya diperoleh bukti bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang pada pelanggan produk kecantikan Navagreen.⁶

Persamaan pada penelitian di atas adalah variabel X_1 yaitu kualitas produk dan variabel Y yaitu keputusan pembelian. Perbedaan dalam penelitian saat ini terletak pada variabel harga dan kualitas pelayanan. Selain itu disini juga mempunyai perbedaan dalam objek penelitian yaitu Naavagreen di Kota Yogyakarta. Sedangkan penelitian ini objek adalah *body care scarlett whitening*.

4. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Riadathul Indah Bahzar, dengan judul pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk scarlett whitening studi kasus pada mahasiswa universitas muhammadiyah sumatera

⁶ Dhena Diayana Supit, *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan (Studi Pada Pelanggan Naavagreen di Kota Yogyakarta)*, (Skripsi Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta, 2019), 85.

utara. Hasil dari uji F hitung pada penelitian sebesar 49,045 dan F tabel sebesar 3,10. Diperoleh bukti bahwa promosi, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening.⁷

Penelitian diatas adalah terdapat tiga variabel yaitu promosi, kualitas produk, dan harga sementara dalam penenlitan ini terdapat dua variabel yaitu kualitas produk dan promosi. Maka dapat disimpulkan persamaannya terletak pada variabel dependet yaitu kualitas produk dan promosi. Terdapat juga persamaan dalam variabel independent yaitu keputusan pembelian. Selain itu terdapat persamaan dalam objek yang diteliti yaitu produk scarlett whitening. Perbedaanya terdapat pada lokasi penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan mahasiswi universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, sementara dalam penelitian ini anggota aktif IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023.

5. Penelitian oleh Frysda Intan Putri Rosyadi, dengan judul pengaruh kualitas produk scarlett whitennng *body lotion* terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada mahasiswi IAIN Kediri prodi ekonomi syariah angkatan tahun 2016). Penelitian ini diolah dengan

⁷ Raidatul Indah Bahzar, *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Scarlett whiteningStudi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Suamtera Utara*, (Skripsi Sarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Medan, 2021), 83.

menggunakan metode kuantitatif. Hasil perhitungan menunjukkan koefisien determinasi dengan nilai 27,3%.⁸

Persamaan pada penelitian diatas adalah variabel kualitas produk dan objek penelitian yaitu scarlett whitening. Perbedaan penelitian terdahulu menggunakan satu variabel sementara penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu kualitas produk dan promosi. Perbedaannya juga terletak pada studi kasus yaitu penelitian terdahulu studi kasus pada mahasiswi IAIN Kediri prodi ekonomi syariah angkatan tahun 2016 sementara penelitian ini menggunakan studi kasus anggota IPPNU Kota Kediri periode 2021-2023.

⁸ Fryda Intan Putri Rosyadi, *Pengaruh Kualitas Produk Scarlett Whitening Body Lotion Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswi IAIN Kediri Prodi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2016)*, (Skripsi Sarjana IAIN Kediri, 2021),