

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era perkembangan zaman yang semakin *modern* kebutuhan dan keinginan manusia semakin bertambah akan tetapi sumber daya yang diperlukan pastinya terbatas dan banyaknya teknologi mesin yang canggih dipergunakan sehingga hal tersebut tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Berawal dari perkembangan ini banyak bermunculan berbagai macam kebutuhan bahkan inovasi yang berkembang dari gaya hidup, makanan, kesehatan, perawatan kecantikan, dan masih banyak lagi. Produk perawatan tubuh salah satunya yang memiliki berbagai jenis dipergunakan dari ujung rambut sampai dengan ujung kaki. Produk yang ditawarkan pada konsumen memiliki berbagai jenis variasi dan manfaat mulai dari sabun mandi batangan, sabun mandi cair, lulur, *conditioner*, *shampo*, dan *body lotion*. Tentunya hal ini menjadi salah satu cara yang dapat diandalkan perusahaan dibidang kosmetik dan kecantikan dengan berbagai macam inovasi. Banyaknya perusahaan yang menawarkan berbagai macam varian produk dari yang biasa ditemui maupun yang jarang ditemui seperti *body lotion*, produk ini banyak ditawarkan perusahaan kepada konsumen dengan varian aroma yang bermacam-macam.

Terdapat banyak sekali merek produk yang tersedia dan banyak beredar dipasar yakni salah satunya adalah produk merek *scarlett*. *Scarlett* merupakan *local brand* yang berasal dari Indonesia yang berdiri sejak tahun 2017. Produk yang dikeluarkan oleh *scarlett* merupakan produk yang digunakan sehari-hari untuk merawat kulit dan telah terregistrasi oleh BPOM RI. Produk dari *Scarlett* memiliki berbagai jenis yaitu *body scrub*, *body lotion*, *shower scrub*, *facial wash*, *facial serum*, dan *hair treatment* (<https://scarlettwhitening.com/>, 2019). Menurut [compas.co.id](https://www.compas.co.id) top 10 *brand* terlaris dalam kategori *body lotion* selama periode 1-15 Agustus 2021, *scarlett* menduduki posisi pertama sebesar 29,3%, posisi dua merek *nivea* sebesar 5,2%, posisi tiga merek *vaseline* sebesar 4,6%, posisi empat merek *dosting* sebesar 4,4%, posisi lima merek *ms glow* sebesar 2,5%, posisi

enam merek *d'savior* sebesar 1,9%, posisi tujuh merek *hb whitening* sebesar 1,9%, posisi delapan merek *beauty lotion* sebesar 1,7%, posisi sembilan merek *the body shop* sebesar 1,7%, dan posisi sepuluh merek *mimi white* sebesar 1,5%. Berbagai macam perawatan produk tubuh maka dari itu penulis mengambil *body lotion* merek *scarlett* karena produk tersebut inovatif dibandingkan dengan merek lain.

Suatu produk berhubungan erat dengan harga, harga produk menjadi perhatian utama bagi konsumen yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Konsumen dapat melakukan perbandingan harga antar produk-produk yang ada dan melakukan pertimbangan dari berbagai macam biaya yang harus dikeluarkan menjadi hal yang diperhatikan oleh konsumen dimana harga yang ditawarkan apakah sesuai dengan yang diharapkan. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa Kotler dan Armstrong (2008:439). Strategi pemasaran adalah aspek penting pada suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Supaya dapat menjaga keberlangsungan suatu usaha dalam persaingan bisnis yang kompetitif, sebuah perusahaan harus memberikan kepuasan terhadap konsumen. Menurut Tjiptono dan chandra (2012:77) kualitas layanan menggambarkan perbandingan antara tingkat layanan yang diberikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen. Konsumen perlu mempertimbangkan banyak aspek ketika memilih toko untuk membeli produk yang diinginkannya. Menurut Mukhlis (2019) mengemukakan bahwa perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Konsumen mungkin tidak menemukan produk di luar kemampuan mereka. Tentunya konsumen akan mengira mereka bisa menghabiskan waktu, tenaga dan uang oleh karena itu, faktor lokasi sangat bergantung pada keputusan pembelian konsumen. *Mommy Sams Project* yang berlokasi di Jl. Durian, Barat Lapangan Gulun, Kelurahan Kejuron, Kecamatan Taman, Kota Madiun. Menurut Mukhlis (2019)

mengemukakan bahwa lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan dimasa depan. Area yang dipilih haruslah mampu tumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan usahanya.

Pada peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Harahap (2015) menemukan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu Mukhlis (2019) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang tersebut maka diambil judul penelitian sebagai berikut: Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di *Mommy Sams Project* (Studi Pada *Body Lotion* Merek *Scarlett*).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *body lotion* merek *Scarlett* di *Mommy Sams Project*?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *body lotion* merek *Scarlett* di *Mommy Sams Project*?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *body lotion* merek *Scarlett* di *Mommy Sams Project*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji signifikansi pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian *body lotion* merek *Scarlett* di *Mommy Sams Project*.
2. Menguji signifikansi pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *body lotion* merek *Scarlett* di *Mommy Sams Project*.
3. Menguji signifikansi pengaruh positif lokasi terhadap keputusan pembelian *body lotion* merek *Scarlett* di *Mommy Sams Project*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini sebagai instrumen dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, referensi untuk menambahkan bacaan baru bagi akademisi serta menjadi acuan bagi calon peneliti sebagai perbandingan penelitian selanjutnya.

Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan peneliti dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya pengetahuan mengenai harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan keputusan pembelian. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan untuk studi-studi lanjutan pada bidang yang sama secara lebih mendalam.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai masukan dalam mengembangkan kebijakan harga, kualitas pelayanan, dan lokasi pada keputusan pembelian.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan untuk memberikan gambaran secara keseluruhan dalam penulisan, sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini diuraikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian/kerangka konseptual.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini diuraikan tentang desain penelitian, identifikasi, definisi operasional, dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik penyampelan, dan analisis data.

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data, dan pembahasan.

BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini diuraikan tentang kesimpulan, keterbatasan, dan saran.