

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang selalu berubah dari waktu ke waktu akan membawa seseorang untuk tampil cantik terutama untuk wanita. Tampil cantik adalah suatu kewajiban bagi setiap wanita. Kecantikan di dalam diri wanita akan dapat meningkatkan kepercayaan tersendiri. Wanita akan selalu mempunyai keinginan untuk terus mempercantik diri dari dalam maupun luar sehingga dapat tampil mempesona. Wanita selalu dituntut untuk mempunyai penampilan fisik yang sempurna dan selalu menginginkan untuk tampil yang terbaik serta menarik setiap saat, salah satu cara yang dapat dilakukan wanita untuk dapat menunjang penampilan sehingga tampil mempesona yaitu dengan mengenakan suatu produk kecantikan seperti kosmetik. Produk kosmetik di Indonesia dengan seiring perkembangan zaman akan menampilkan suatu komposisi yang sesuai menjadi kebutuhan para konsumen kosmetik kini menjadi salah satu bisnis sangat menguntungkan. Perusahaan produk kosmetik secara kesadaran akan menciptakan suatu produk yang memiliki kelebihan serta ciri khas tersendiri sehingga membuat produk yang dibuat mempunyai daya tarik berbeda dengan para pesaing. Produk kosmetik diciptakan dengan berbagai kriteria yang berbeda dengan kosmetik yang dibuat untuk kalangan remaja, kalangan dewasa, dan kalangan lanjut usia.

Produk kosmetik yang dapat menunjang penampilan wanita salah

satunya adalah produk wardah lip cream matte. Produk Wardah lip cream matte merupakan sebuah produk untuk mempercantik bibir, khususnya para wanita. Kosmetik untuk riasan bibir memiliki peranan penting dalam penampilan wanita, dari berbagai banyaknya jenis produk makeup bibir, wardah lip cream matte merupakan salah satu produk yang paling favorit untuk wanita. Perusahaan produk kosmetik akan terus -menerus bersaing dan selalu berupaya untuk menciptakan produk yang mempunyai kualitas produk yang bagus sehingga menimbulkan suatu keputusan pembelian yang tinggi. Perusahaan harus dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan para konsumen produk kosmetik. Salah satu unggulan produk kosmetik yang memiliki kualitas baik adalah produk lokal dan brand Wardah.

Keunggulan dari Wardah Lip Cream Matte yaitu mampu bertahan lama di bibir, dan memberikan kesan matte tanpa membuat bibir terlihat pecah pecah bahkan daya tahan wardah lip cream matte pada bibir juga cukup bagus, dan tidak mudah hilang. Kemasan yang digunakan juga cukup bagus dan mudah untuk di bawa-bawa. Untuk harga yang terbilang murah untuk sebuah produk Wardah Lip Cream Matte, jika dibandingkan dengan brand kosmetik lainnya. Wardah Lip Cream Matte memiliki banyak varian warna yang cantik dan cocok untuk digunakan oleh para wanita.

PT Paragon Technology and Innovation berdiri tahun 1995 yaitu salah satu perusahaan kosmetik lokal yang memproduksi kosmetik yang terdiri banyak jenis produk dengan nama brand Wardah. Brand Wardah merupakan salah satu brand lokal unggulan dan sebuah brand yang sudah banyak dikenal oleh

masyarakat. Produk Wardah dikenal dengan produk-produknya yang berkualitas dan memiliki harga yang terjangkau. Wardah menciptakan berbagai produk perawatan diri yang sangat bervariasi yang sudah melalui proses penelitian dan pengembangan secara menyeluruh sebagai kebutuhan konsumen.

Wardah menjadi salah satu produk kosmetik pilihan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk kosmetik. Hal ini dikarenakan citra merek wardah sebagai produk kosmetik yang terjamin kehalalannya. Semakin banyaknya produk kosmetik dengan harga yang bersaing, maka diharapkan wardah dapat menjalankan usaha secara optimal agar dapat memiliki daya saing yang tinggi di pasar produk kosmetik, dimana konsumen di tawarkan dengan banyak pilihan kosmetik. Hal ini membuat produsen kosmetik wardah untuk merumuskan dan menetapkan strategi- strategi pemasaran itu, cermat dan kreatif agar dapat memenangkan persaingan serta mampu mempertahankan dan meningkatkan market share yang telah diraih. Salah satunya adalah produsen kosmetik wardah dituntut agar membuat produk yang berbeda dengan pesaing dan memenangkan persaingan.

Berikut ini data hasil penelitian menurut survey dari Top Brand Award Indonesia kategori beberapa jenis kosmetik pada tahun 2024:

Tabel I-1.
Top Brand Kategori Wardah Lip Cream Matte

Merek	Tahun 2024
Wardah	22,40%
Make Over	2,80%
Maybelline	19,30%

Sumber: Top Brand Award 2024

Dilihat dari Top Brand Index produk Wardah menempati posisi pertama dengan presentasi 22,40%. TOP Brand merupakan penghargaan yang diberikan oleh merek-merek pilihan konsumen melalui survei. Wardah Lip Cream Matte menjadi produk pilihan terbaik konsumen.

Salah satu kota di Jawa Tengah yaitu Kota Kebumen adalah kota yang mempunyai beberapa store yang menjual *Brand* Wardah, salah satunya Wardah Lip Cream Matte. *Brand* Wardah sendiri memang banyak peminatnya baik harganya cukup terjangkau bagi kalangan pelajar atau mahasiswa juga kualitas dan mutu yang sangat terjamin apalagi Wardah sendiri sudah bersertifikat halal dan bahkan brand local ini sudah go internasional.

Untuk mendukung variabel apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian Wardah Lip Cream Matte di Kabupaten Kebumen, peneliti melakukan mini riset kepada konsumen Wardah Lip Cream Matte dengan menggunakan pertanyaan tertutup dan mengambil sampel responden sebanyak 33 responden, dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel I-2.

Alasan Konsumen Memilih Menggunakan Wardah Lip Cream Matte

Variabel	Jumlah	Presentase
Kualitas Produk	12	36,4%
<i>Brand Image</i>	9	27,3%
<i>Word Of Mouth</i>	7	21,2%
Promosi	3	9,1%
Harga	2	6,1%
Jumlah	33	100%

Sumber : Data Primer di olah 2024

Dari hasil observasi yang diambil dari 33 responden dapat disimpulkan bahwa alasan konsumen menggunakan Wardah Lip Cream Matte yaitu 12

responden memilih Kualitas Produk dengan presentase 36,4%, 9 responden memilih *Brand Image* dengan presentase 27,3%, 7 responden memilih *Word Of Mouth* dengan presentase 21,2%, 3 responden memilih Promosi dengan presentase 9,1% dan 2 responden memilih Harga dengan presentase 6,1%.

Terkait dengan proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk kosmetik yaitu Wardah Lip Cream Matte konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk dari suatu barang yang akan dibeli, seringkali konsumen ketika hendak melakukan keputusan pembelian juga akan mempertimbangkan sektor Brand Image dari produk yang akan di beli, dan Word Of Mouth merupakan strategi penjualan yang sudah lama lebih dipercaya akan pendapat dari orang-orang terdekat.

Menurut Petter dan Olson (2013:163) Keputusan pembelian merupakan suatu proses integrasi yang dilakukan oleh calon konsumen untuk mengkobinasikan pengetahuan terhadap pilihan dua atau lebih alternatif produk yang ada dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian yaitu suatu perilaku yang dilakukan sesudah konsumen mengetahui kebutuhannya dan menggali suatu informasi serta memilih beberapa alternatif yang tepat sesuai kebutuhan. Peran keputusan pembelian sangat penting bagi perusahaan, ketika banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian maka perusahaan tersebut akan mengalami suatu perkembangan serta kemajuan dalam penjualan produk.

Word of mouth merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Priansa (2017:338) bahwa *word of mouth*

merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam mengurangi biaya promosi dan dapat mempengaruhi keputusan konsumen. *Word of mouth* adalah suatu istilah yang biasanya dikenal dengan komunikasi dari mulut ke mulut. Kegiatan *word of mouth* terbentuk dari suatu persepsi konsumen terhadap suatu produk yang telah digunakan dan menyarankan produk tersebut kepada calon konsumen lain. Konsumen wardah lip cream matte banyak mengungkapkan penilaian terhadap produk wardah lip cream matte, penilaian yang diberikan merupakan penilaian yang positif sehingga konsumen menyarankan untuk melakukan keputusan pembelian produk terhadap orang lain. *Word of mouth* dilakukan oleh orang-orang terdekat di lingkungan sekitar. Berdasarkan hasil survey para konsumen memutuskan untuk membeli produk wardah lip cream matte dikarenakan telah menerima informasi dari orang-orang terdekat mengenai produk wardah lip cream matte, sehingga hal tersebut membuat konsumen memutuskan untuk membeli wardah lip cream matte.

Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik. (Kotler dan Keller (2012:143), menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang penting untuk sebuah perusahaan dan memuaskan konsumen, sehingga perusahaan harus menciptakan suatu produk yang dinilai mempunyai kualitas yang baik dibandingkan dengan produk dari perusahaan lain. Tekstur ringan membuat para konsumen merasa tidak memakai wardah lip cream matte sehingga bibir

akan merasa nyaman selain itu tekstur yang creamy mudah di aplikasikan dan tidak lengket ketika digunakan. Kualitas terhadap ketahanannya *waterproof* dan *transferproof* sehingga akan bertahan lama, produk wardah lip cream matte juga memiliki sedikit kekurangan yaitu bibir akan terasa kering ketika produk sudah diaplikasikan. Wardah lip cream matte memiliki komposisi yang beragam dan memiliki manfaat yang baik untuk bibir, salah satunya yaitu terdapat komposisi Tocopherol (Vitamin E) yang memiliki peran untuk melembabkan bibir dan Isododecane merupakan bahan dalam produk wardah lip cream matte yang memiliki peran untuk memberikan kelembutan. Produk Wardah memiliki kualitas produk yang cukup baik sehingga dari hasil survey faktor kualitas produk menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen membeli produk wardah lip cream matte. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian selain *word of mouth* dan kualitas produk yaitu brand image. *Brand image* mempunyai peranan yang penting didalam pengembangan suatu brand. *Brand image* berhubungan mengenai sebuah reputasi dan kredibilitas suatu produk yang kemudian akan dijadikan pedoman bagi konsumen untuk mencoba dan mengonsumsi suatu produk atau jasa tertentu. Menurut Kotler dan Amstrong (2016) *Brand image* adalah suatu nama dan simbol brand sebagai elemen kunci dalam hubungan perusahaan dan pelanggan. Pada dasarnya merek yaitu cerminan dari sebuah produk. Merek dengan brand lokal seperti Wardah merupakan salah satu produk yang dianggap sebagai merek lokal yang diminati.

Berdasarkan latar belakang fenomena diatas maka penulis tertarik untuk

mengkaji dan melakukan penelitian dengan judul : **“PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH LIP CREAM MATTE”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang mengenai fenomena yang terjadi yakni terkait dengan proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk kosmetik konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk dari suatu barang yang akan dibeli, seringkali konsumen ketika hendak melakukan keputusan pembelian juga akan mempertimbangkan sector *Brand Image* dari produk yang akan di beli, dan *Word Of Mouth* merupakan strategi penjualan yang sudah lama lebih dipercaya akan pendapat dari orang – orang terdekat, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah pengaruh *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Wardah Lip Cream Matte?
2. Apakah pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian pada Wardah Lip Cream Matte?
3. Apakah Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada Wardah Lip Cream Matte?
4. Apakah pengaruh *Word Of Mouth*, *Brand Image*, Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada Wardah Lip Cream Matte?

1.3. Batasan Masalah

Batasan penelitian bertujuan agar peneliti ini terhindar dari pembahasan yang terlalu luas dan mengarah pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Adapun batasan-batasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Responden dalam penelitian ini adalah seseorang yang berdomisili di Kabupaten Kebumen yang pernah melakukan pembelian wardah lip cream matte minimal 1 kali.
2. Berusia minimal 17 tahun.
3. Penulis hanya melakukan penelitian *word of mouth* pada toko kosmetik yg ada di kabupaten kebumen.
4. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, kualitas produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian wardah lip cream matte.
5. Guna menghindari meluasnya bahasan, maka variabel dalam penelitian ini dibatasi pada :
 - a. Keputusan Pembelian

Suatu keputusan pembelian terjadi setelah melalui tahapan atau proses. Bahkan proses keputusan pembelian ini juga meliputi tahapan setelah pembeli itu sendiri. Menurut Agustina & Yudhi Koesworodjati (2022), keputusan pembelian menurut ialah pemilihan dari dua alternatif atau lebih yang artinya bahwa seseorang sebelum melakukan pembelian tersedia beberapa alternatif pilihan, sehingga dia harus memilih salah satu dari pilihan tersebut. Menurut Kotler dan

Keller (2014) indikator dalam keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

- 1) Kemantapan pada suatu produk
- 2) Kebiasaan dalam membeli produk
- 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- 4) Melakukan pembelian ulang

b. Word Of Mouth

Menurut Hasan (2010) *word of mouth* ialah tindakan konsumen memberikan informasi kepada konsumen lain dari seseorang kepada orang lain (antar pribadi, baik merek, produk maupun jasa), sedangkan Menurut Sumardy (2011) *word of mouth* adalah tindakan penyediaan informasi oleh seorang konsumen kepada konsumen lainnya. Dari definisi diatas maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa pengertian dari *word of mouth* merupakan strategi pemasaran melalui tindakan konsumen memberikan ataupun menyediakan informasi kepada orang lain (antar pribadi) yang memicu konsumen untuk membicarakan dan mempromosikan baik merek, produk, maupun jasa kepada konsumen lainnya. Menurut Qadhafi (2017) indikator *word of mouth* adalah sebagai berikut :

- 1) Konsumen memperoleh informasi mengenai informasi.
- 2) Konsumen mendapat dorongan untuk membeli suatu produk karena motivasi dari orang lain.
- 3) Konsumen mendapat rekomendasi dari orang lain.

c. Kualitas Produk

Kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2021:448) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk juga sering dideskripsikan umumnya sebagai kesesuaian untuk digunakan, kesesuaian dengan persyaratan dan kebebasan dari variasi. Berdasarkan semua pengertian kualitas produk oleh para ahli sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan bahwa kemampuan kinerja maupun kelengkapan sebuah produk yang dapat memuaskan konsumen dengan baik. Agar perusahaan dapat mempertahankan pelanggannya, langkah yang dapat dilakukan perusahaan yaitu meningkatkan kualitas pada produknya itu sendiri. Menurut Tjiptono (2015:37) indikator kualitas produk adalah sebagai berikut :

- 1) Estetika
- 2) Daya tahan
- 3) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)
- 4) Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specifications*)

d. Brand Image

Brand Image (Citra Merek) adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produk. Brand image dipengaruhi oleh banyak faktor yang diluar kontrol perusahaan. Pengertian *brand image* (citra merek) menurut (Kotler, 2009: 57) adalah kepercayaan,

ide, dan impressi seseorang terhadap sesuatu. Citra merupakan kesan, impressi, perasaan atau persepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, suatu obyek, orang atau lembaga. Bagi perusahaan citra merek berarti persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Persepsi ini didasarkan pada apa yang masyarakat ketahui atau kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itulah perusahaan yang sama belum tentu memiliki citra merek yang sama pula dihadapan orang. Menurut Maulidia et.al (2021) indikator brand image adalah sebagai berikut :

- 1) *Friendly* (mudah dikenali konsumen)
- 2) *Modern* (terkini)
- 3) *Usefull* (bermanfaat)
- 4) *Popular* (terkenal)
- 5) *Natural* (keaslian)

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Wardah Lip Cream Matte?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian pada Wardah Lip Cream Matte?
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada Wardah Lip Cream Matte?
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Word Of Mouth, Brand*

Image, Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Wardah Lip Cream Matte.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan , referensi dan tambahan mengenai pengaruh *word of mouth*, kualitas, produk , dan *brand image* terhadap keputusan pembelian bagi para peneliti dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang faktor- faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti *word of mouth*, kualitas produk, dan *brand image*. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan bagi pemasar dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat.