

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis di era globalisasi saat ini sangat ketat, sebagaimana perusahaan dituntut untuk bisa memenuhi semua kebutuhan konsumen serta berusaha agar dapat menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Salah satu diantaranya usaha dibidang skincare kecantikan yang saat ini sudah digemari dan sudah sama dengan kebutuhan pokok bagi kaum wanita dan pria. Seiring berjalannya zaman, teknologi dan budaya di era modern saat ini, perawatan kecantikan kini telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya untuk kaum mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Skincare sudah menjadi salah satu kebutuhan primer Selain sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan termasuk pemenuhan kebutuhan pribadi kini menjadi kebutuhan penting bagi beberapa kalangan tertentu, sehingga menempati tempat yang sama dengan kebutuhan pokok. Bahkan kebutuhan pribadi yang sering dituntut pemenuhannya oleh kaum mahasiswa yaitu untuk menjaga penampilan melalui perawatan kesehatan maupun kecantikan. Oleh karena itu, penampilan yang cenderung kurang menarik akan merasa tersisih dari lingkungan pergaulannya. Dan ini akan membuat para mahasiswa rela mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk melakukan perawatan kecantikan.

Skincare juga digunakan untuk memperjelas karakter atau identitas dari sang pengguna. Perkembangan teknologi digital yang cukup pesat juga

membuat skincare semakin dicari tampilan yang menarik sudah menjadi kebutuhan wanita maupun pria dalam sehari-hari untuk tetap menjaga penampilan. Saat ini banyak dikeluarkannya produk-produk skincare baru sehingga dapat bersaing ketat dengan adanya peluang bisnis produk skincare di Indonesia. Dalam artikel yang dirilis oleh [kata data.co.id](http://kata.data.co.id) industri bisnis pada tahun 2019 menyatakan bahwa kementerian perindustrian mencatat potensi industri kosmetik dalam negeri mengalami peningkatan 7,3% dikarenakan dipicunya peningkatan trend kebutuhan masyarakat terhadap produk kecantikan maupun perawatan tubuh. Industri kosmetik merupakan industri yang saat ini dapat dikatakan cukup dinamis sehingga banyak perusahaan dengan merek-merek kosmetik baru. Seiring berjalannya trend kosmetik pada saat ini di Indonesia, mengakibatkan banyaknya muncul jenis-jenis kosmetik dengan berbagai brand dan kebutuhan setiap konsumen sangat berbeda-beda. Sehingga produsen kosmetik mulai berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen dikarenakan beragamnya permintaan konsumen yang mengakibatkan kosmetik yang dijual pun sangatlah beragam, mulai dari brand dalam negeri maupun brand luar negeri. Salah satu merek skincare dalam negeri seperti wardah, somethinc, emina, avoskin, Scarlett whitening, Ms.Glow dan masih banyak lagi merek lainnya. Disini saya mengambil salah satu produk skincare yaitu MS.Glow untuk saya teliti.

Ms.Glow itu sendiri merupakan salah satu brand lokal yang menghadirkan beberapa rangkaian skincare untuk para wanita dan pria di Indonesia. Ms.Glow berdiri pada tahun 2013 didirikan oleh Shandy Purnamasari dan Maharani Kemala yang sebelumnya menjadi pegawai sebuah bank BUMN sambil berjualan produk skincare secara online. Nama Ms.Glow dikatakan singkatan

dari nama Shandy dan Maharani Kemala. Setelah bisnis tersebut mulai berkembang kemudian pendiri Ms.Glow tersebut, mulai membuka usaha dengan berjualan Skin Care kemudian berkembang semakin pesat sehingga mempunyai banyak reseller dan agen di seluruh Indonesia. Meskipun dari banyaknya pesaing bisnis skincare, Ms.Glow merupakan salah satu skincare yang banyak diminati.



Gambar 1. 1 BRAND SKINCARE TERLARIS

Sumber: <https://kompas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Dalam hal penjualan produk-produk dari Ms.Glow menduduki peringkat pertama mengalahkan beberapa pesaing-pesaingannya dalam hal penjualan produk kosmetik di Indonesia. Ms.Glow menduduki peringkat pertama dengan total penjualan mencapai 35,5 Miliar periode 1-18 Februari 2021 lalu. Bahkan tidak sedikit pula konsumen yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas, namun meskipun Ms.Glow walaupun harganya terjangkau oleh kantong mahasiswa. produk Ms.Glow tetap memberikan kualitas produk terbaik yang tidak kalah dengan merek skincare lainnya sehingga menarik minat beli konsumen terutama dilingkungan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas trunojoyo madura.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 230) mendefinisikan *Product quality*: *"The characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs"*. Pendapat ini menyatakan kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Selain kualitas produk, *Brand Image* juga menjadi salah satu faktor yang penting, sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Suatu citra merek produk umumnya dijadikan acuan oleh para konsumen sebagai alasan para konsumen melakukan pembelian produk. Maka, sebuah perusahaan dituntut untuk selalu dapat menciptakan citra merek yang inovatif dan sekaligus perusahaan dapat memberi gambaran suatu dampak baik yang diidamkan oleh konsumen itu sendiri. Perusahaan juga dituntut untuk dapat selalu meningkatkan penjualan berbagai macam produknya secara signifikan yang berguna untuk keberlangsungan perusahaan, atau bahkan lebih jauh lagi perusahaan harus lebih maju. Pada sebuah proses pembelian biasanya konsumen akan memikirkan serta mengevaluasi citra merek produk yang terkait dengan apa yang akan konsumen lakukan dalam hal ini timbul memberikan pengaruh kepada konsumen dalam hal yang mempengaruhi minat beli konsumen dengan produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Menurut Rangkuti (2004) citra dibentuk dari persepsi yang dimiliki oleh masing-masing individu terhadap merek dan perusahaan yang bersangkutan. Ada sebuah citra yang disebut dengan citra merek yaitu seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu. Citra merek yang telah didapat oleh konsumen yang biasa untuk memakai produk tersebut dan memiliki konsistensi pembelian produk yang di idamkannya dan para konsumen

tersebut biasanya mempunyai anggapan jika merek dapat memberikan nilai tambah bagi mereka. Citra merek sebuah produk kecantikan sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas dari produk kecantikan Ms.Glow selain itu dengan citra merek yang terkenal akan membuat konsumen lebih tertarik mengikuti produk kecantikan Ms.Glow karena mereka merasa produk kecantikan MS.glow yang sudah terkenal pasti mempunyai kualitas yang baik dan mempengaruhi minat beli mahasiswa. Menurut Kotler dan Keller (2012: 137) minat beli adalah perilaku pelanggan yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Kualitas produk dan *Brand Image* bagi mahasiswa yang akan menggunakan dan yang sudah pernah menggunakan produk Ms.Glow menjadi pertimbangan kembali apakah produk Ms.Glow baik digunakan secara kualitas produk dan *Brand Image* memang sangat bagus dapat bersaing dengan brand skincare lainnya, dan konsumen yang membeli sudah bnyak sebelumnya jadi menimbulkan minat beli uang pada pengguna MS.Glow karena konsumen merasa puas dengan skincare produk dari Ms.Glow yang digunakan. Dan produk Ms.Glow juga aman sudah BPOM aman digunakan bagi mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Ms.Glow (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi minat beli pada produk Ms.Glow terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis?
2. Apakah *Brand Image* mempengaruhi minat beli pada produk Ms.Glow terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis?
3. Apakah kualitas produk dan *Brand Image* mempengaruhi minat beli pada produk Ms.Glow terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah memecahkan permasalahan yang telah dirumuskan, ialah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk mempengaruhi minat beli pada produk Ms.Glow terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
2. Untuk mengetahui apakah *Brand Image* mempengaruhi minat beli pada produk Ms.Glow terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi?
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan *Brand Image* mempengaruhi minat beli pada produk Ms.Glow terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi tempat untuk mengamalkan ilmu yang telah dipelajari dan didapatkan dibangku kuliah selama ini. Dan juga penulis berharap dapat memperluas dan menambah wawasan baru.

2. Bagi Pengguna Produk Ms.Glow

Hasil penelitian diharapkan bisa memberikan gambaran atau informasi mengenai produk Ms.Glow tentang kualitas produk dan *Brand Image* yang dapat mempengaruhi minat beli, manfaat bagi pengguna agar dapat memilih dan mengetahui informasi skincare-skincare mana yang terbaik untuk digunakan seperti Ms.Glow.

3. Bagi Mahasiswa Manajemen Pemasaran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dengan topik sejenis dan juga dapat memberikan pengetahuan lebih tentang produk Ms.Glow, kualitas produk, Brand Image, dan Minat beli.

4. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dalam membangun ilmu pengetahuan baru khususnya di lingkungan mahasiswa di Universitas Trunojoyo Madura.