

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia terkenal dengan perempuan yang identik dengan kosmetik karena mereka melakukan kegiatan diluar ataupun di dalam mereka tetap menggunakan kosmetik karena sudah menjadi kebutuhan nya mereka untuk mempercantik diri mereka. Hal tersebut bukan tanpa sebab, karena Negara Indonesia termasuk Negara Tropis yang artinya hanya mempunyai 2 (dua) musim saja, dengan intensitas perempuan di Indonesia yang tinggi. (Ikhliah Muzayyanah & dkk, 2020).

Sebab menurut profil perempuan Indonesia tahun 2020, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (yang selanjutnya disingkat TPAK) mencapai hampir 56% dari total perempuan di Indonesia, dengan komposisi 32% Perempuan Indonesia bekerja di dalam ruangan, dan sisanya 43% Bekerja di Luar Ruangan, dan 25% sisanya perempuan bekerja di dalam dan di luar ruangan. (Ikhliah Muzayyanah & dkk, 2020). Hal tersebut lah yang mengakibatkan penggunaan kosmetik tinggi di kalangan perempuan Indonesia, bukan hanya untuk mempercantik diri namun juga menjaga nya agar tetap cantik.

Dalam hal Perempuan dan Pendidikan, intensitas pendidikan yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia meliputi pendidikan di kelas, dan pendidikan di ruangan. Pola tersebut sudah ada sejak dahulu, mulai dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi, namun untuk usia 6-15 tahun siswa dan siswi belum begitu memperhatikan penampilan. Tepat pada usia 15 s.d 25 tahun usia pendidikan pemuda di Indonesia baru mulai memperhatikan penampilan nya (Santrok, 2011).

Kosmetik merupakan barang yang di butuhkan di kalangan wanita yang menyukai penampilan cantik dan percaya diri. Kebutuhan kosmetik adalah mengarah pada gaya hidup dengan berbagai macam merek kosmetik baik produk dalam negeri maupun luar negeri. Kosmetik telah menjadi suatu kebutuhan bagi semua gender, terutama wanita. Salah satu produk kosmetik yang memiliki banyak peminat adalah produk kosmetik untuk pewarna bibir atau disebut lipstick atau Lip gloss. Bentuk *lip Gloss* yaitu berbentuk cair. Untuk jenis dan fungsinya sendiri beragam untuk saat ini, yang sering di gunakan para wanita untuk pemerah bibir sebagai pelembab dan membuat bibir lebih berkilau.

Indonesia memiliki banyak perusahaan lokal atau perusahaan dalam negeri sendiri yang menawarkan produk berjenis *lip Gloss*. Tentu dengan merek, harga dan kualitas yang berbeda–beda Berikut adalah tabel yang memuat nama merek, harga, dan kualitas produk yang ditawarkan dari beberapa produk Lip gloss yang diproduksi dalam negeri.

Tabel 1. 1 Beberapa Produk Lip Gloss Dalam Negeri

Nama Merek	Harga Produk	Kualitas Produk
Wardah Wonder Shine LipGloss	Rp. 29.200.00	Teksturnya lembut, Ringan, dan cair
Emina liquid Lip Shine	Rp. 39.500.00	Teskturnya cair, Ringan, dan nyaman.
MyBelline Lip Gloss	Rp. 133.000.00	Teksturnya Kental dan agak Lengket
Focallure Lip Gloss	Rp. 32.000.00	Teksturnya cair, tidak lengket dan tahan lama
You Lip Gloss	Rp.44.100.00	Teksturnya cair, tidak lengket, mudah kering, ringan dan nyaman

Sumber : IDN Times

Dari data Tabel 1.1 diatas, dapat diketahui banyaknya merek *lip Gloss* yang berbeda-beda sedang beredar di pasar Indonesia. Hampir semua perusahaan kosmetik dalam negeri juga memproduksi *lip Gloss* ini.

MayBelline merupakan salah satu Kosmetik internasional yang didirikan pada tahun 1915 oleh T.L Williams di New York, Amerika Serikat. MayBelline pertama kali menciptakan slogan “Maybe she’s born with it. Maybe its MayBelline” pada tahun 1991 sampai saat ini. dengan produk kosmetik merek yang lainnya seperti wardah, you, emina, dan focallure. Dan semua produk itu sama sama mempunyai kualitas yang bagus sehingga dalam keputusan

pembelian terhadap merek tersebut tergantung gaya hidup wanita yang ingin mempunyai barang kualitas produk yang seperti apa. Selain itu semua merek di atas juga Memiliki keunggulan yaitu menggabungkan unsur-unsur seperti ukuran, gaya, warna, memberikan rasa menawan pada wajah dan ditujukan untuk usia muda.

Top Brand Award adalah salah satu penghargaan atas merek yang banyak disukai konsumen. Merek-merek tersebut dikatakan terbaik atau Top Menurut hasil survei penilaian tingkat nasional pada penjualan produk. Top Brand sendiri ada tiga macam yaitu *Top Brand Award*, *Top Brand For Kids*, dan *Top Brand For Teens*. Penilaian Top Brand tidak hanya pada satu kategori saja, tetapi penilaian dilakukan dengan kategori – kategori yang lain

Di dalam *Tap Brand Award* ada salah satu macam Tap Brand yang berisi kategori perawatan pribadi dengan merek terfavorite. Kategori perawatan pribadi diklasifikasikan menjadi beberapa macam seperti *Body Cologne* (parfum) untuk pria dan wanita, sabun pembersih muka, bedak wajah, deodorant, lipstik, dan sebagainya. Disini peneliti mengambil data untuk bahan penelitian terkait merek dalam kategori Lip Gloss terfavorite. Berikut adalah Top Brand Indeks dalam Tahun 2019-2021.

Tabel 1. 2 Daftar 3 Besar Produk Lip Gloss Peraih Top Brand

2019			2020			2021		
Lip Gloss			Lip Gloss			Lip Gloss		
Brand	TBI 2019		Brand	TBI 2020		Brand	TBI 2021	
Maybelline	19.0%	TOP	Maybelline	17.3%	TOP	Lip Ice	35.9%	TOP
Wardah	16.2%	TOP	Wardah	16.5%	TOP	Maybelline	16.2%	TOP
Oriflame	9.7%		La Tulipe	10.1%	TOP	Wardah	12.4%	TOP
La Tulipe	8.4%		Oriflame	8.4%		Oriflame	5.2%	
Sariayu	6.1%		Sariayu	4.5%		Belia	4.1%	

Sumber: Top Brand Indeks 2019-2021

Data pada Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa Top Brand Award pada tahun 2019-2021 untuk kategori *lip Gloss* MayBelline selalu mendapatkan peringkat tertinggi maka dari itu tidak diragukan lagi produk Maybelinne kategori Lip Gloss sudah memiliki kepercayaan pada konsumen untuk setiap tahunnya.

Untuk segi harga, Lip Gloss Maybelline termasuk dengan harga jual yang lumayan tinggi dibandingkan dengan produk yang lainnya. Namun jika dibandingkan dengan pro perempuan tergantung pada produk kosmetik, paling utama untuk para perempuan yang telah bekerja mereka dituntut buat senantiasa berpenampilan menarik. Selain itu, kebanyakan dari golongan anak muda semacam pelajar terutama dalam Mahasiswi dimana kualitas, spesifikasi dan estetika akan sangat menjadi bahan pertimbangan, Konsumen sekarang cenderung menuntut harga yang sesuai dengan kualitas produk tersebut, terutama konsumen wanita yang bersedia membayar lebih untuk kenyamanan, penampilan, dan keandalan yang dibuat dari produk berkualitas tinggi.

pada penelitian terdahulu juga membuktikan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Mokoagouw, 2016). Pengambilan keputusan pembelian tidak terlepas dari pengaruh gaya hidup kualitas produk dan harga yang berarti perusahaan harus berusaha meningkatkan promosinya juga harus memperhatikan dari segi kualitas produk yang ditawarkan. Jika kualitas produk ditingkatkan maka pelanggan akan merasa puas dengan produk yang dibeli sehingga membuat pelanggan kembali untuk membeli produk tersebut.

Seperti yang dilakukan peneliti dalam pra penelitian bahwa Mahasiswi Manajemen sebagai individu melalui beberapa proses atau tahapan dalam memperoleh atau membeli produk, seperti memperoleh informasi melalui media

sosial (seperti program vlog video youtube atau bahan referensi orang lain), dan kemudian membandingkan satu produk dengan yang lain. Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Sebagian besar dapat dikatakan selalu menggunakan kosmetik dan mereka selalu menggunakan *lip gloss* disaat menghadiri sebuah kegiatan perkuliahan di kampus. Mahasiswa Manajemen yang menggunakan *lip Gloss* ini bukan hanya Mahasiswa Manajemen wanita muslim, namun juga Mahasiswa Manajemen wanita yang non muslim.

Seperti kalangan Mahasiswa pada umumnya yang menyukai produk kecantikan dengan harga dan kualitas yang bagus, namun dengan Produk Lip Gloss Maybelline yang cenderung lebih mahal dibandingkan dengan Produk lain tetap menduduki posisi teratas, karena konsumen sering kali lebih memilih produk dengan kualitas bagus namun dengan harga yang lumayan tinggi dari pada harga rendah dengan kualitas yang biasa aja.

Oleh karena itu, pada penjelasan diatas penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui pembelian *lip Gloss* produk MayBelline yang memiliki harga jual yang tinggi namun mereka tetap menjadi rujukan konsumen dalam pembelian. Judul dalam penelitian ini ialah **“PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIP GLOSS MAYBELLINE : STUDI PADA MAHASISWI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang penelitian yang telah di jelaskan sebelumnya maka masalah dapat dirumuskan sebagai pembatas penelitian agar lebih terfokus. Berikut rumusan masalah yang telah ditemukan:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk MayBelline *lip Gloss* di Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk MayBelline *lip Gloss* di Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk MayBelline *lip Gloss* di Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis?
4. Apakah gaya Hidup, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk MayBelline *lip Gloss* di Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis?

1.3 Tujuan Penelitian

Dilihat dari rumusan masalah yang sudah ada, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah berikut:

1. Untuk mengetahui apakah gaya hidup secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk MayBelline *lip Gloss* di Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian MayBelline *lip Gloss* di Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Untuk mengetahui apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian MayBelline *lip Gloss* di Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Untuk mengetahui apakah gaya hidup, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian MayBelline *lip Gloss* di Mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

1.4 Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan peneliti adalah agar penelitian dapat bermanfaat untuk pembaca secara umum dan perusahaan yang terkait dengan penelitian ini. Manfaat penelitian ini ada dua yakni Manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, berikut penjabarnya:

1. Manfaat secara teoritis, penelitian ini dilakukan sebagai wujud penerapan ilmu yang telah di peroleh penulis selama menempuh pendidikan sebagai Mahasiswi Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Trunojoyo Madura. Adanya penelitian ini di harapkan dapat memberi manfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang gaya hidup, kualitas produk dan harga dan keputusan pembelian. Penelitian ditujukan untuk masyarakat umum dan Mahasiswi Manajemen khususnya dalam prodi bidang Manajemen Pemasaran.

2. Manfaat secara praktis, penulis mengharapkan bahwa penelitian ini dapat menyumbangkan wawasan atas hasil yang telah diperoleh. Khususnya, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan referensi kepada pihak perusahaan MayBelline. Adanya penelitian ini juga di harapkan dapat membantu wawasan maupun referensi terkait gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian yang diberikan MayBelline khususnya bidang Manajemen Pemasaran.