

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri skincare di Indonesia terus mengalami pertumbuhan secara signifikan seiring dengan bertambahnya zaman terhadap pentingnya merawat kulit. Produk skincare menjadi salah satu kebutuhan esensial, terutama bagi masyarakat perkotaan yang menghadapi masalah kulit akibat polusi, gaya hidup, dan perubahan iklim. Dalam pasar yang kompetitif ini, banyak merek berlomba-lomba menciptakan produk dengan kualitas terbaik dan harga yang bervariasi untuk menarik minat konsumen. Salah satu merek yang sedang berkembang pesat adalah Skintific, yang dikenal dengan berbagai produk skincare berkualitas dan harga yang terjangkau.

Kabupaten Jember, sebagai salah satu kota berkembang di Indonesia, menunjukkan tren yang serupa dengan kota-kota lain dalam hal peningkatan permintaan produk skincare. Konsumen di Jember, khususnya kalangan muda dan perempuan, semakin selektif dalam memilih produk perawatan kulit yang akan mereka gunakan.

Mereka tidak hanya memperhatikan aspek harga, tetapi juga kualitas produk yang ditawarkan. Harga menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian, karena konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan produk dengan rentang harga yang bervariasi. Di sisi lain, kualitas produk juga menjadi faktor yang sangat penting, mengingat produk skincare secara langsung berdampak pada kesehatan dan penampilan kulit. *Brand image* juga merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen, biasanya konsumen akan mencari tahu informasi mengenai reputasi atau citra produk yang akan di beli untuk menjamin bahwa produk yang akan di beli memiliki citra yang bagus pada penilaian konsumen.

Menurut (Abdurahman et al., 2022) harga dapat di artikan satuan moneter atau ukuran lainnya (jasa dan barang) yang dapat ditukarkan agar memperoleh hak penggunaan atau kepemilikan barang dan jasa. Menurut R.Daga (2017) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Menurut Wardhana (2024) mengemukakan bahwa citra sebuah merek (*brand image*) adalah persepsi masyarakat terhadap suatu merek yang membentuk kepercayaan konsumen berdasarkan informasi dan pengalaman yang di dapat konsumen di masa lalu yang menjadi preferensi konsumen terhadap suatu merek. Menurut Katsori dalam Wulandari (2024) keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan penjual.

Dalam era modern, kecantikan telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat. Industri kosmetik, khususnya produk perawatan kulit atau skincare, mengalami pertumbuhan yang sangat pesat (Permatasari et al., 2024). Konsumen semakin sadar akan pentingnya merawat kulit dan mencari produk-produk yang tidak hanya efektif, tetapi juga aman dan sesuai dengan jenis kulit orang Indonesia. Di tengah maraknya merek skincare, Skintific telah berhasil memosisikan dirinya sebagai salah satu merek yang populer di kalangan konsumen mulai dari remaja sampai orang tua. Dalam era modern, kecantikan telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat. Industri kosmetik, khususnya produk perawatan kulit atau skincare, mengalami pertumbuhan yang sangat pesat (Sutantio et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap secara mendalam pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di kabupaten Jember.

Berdasarkan uraian yang telah di paparkan, di perlukan kajian lebih lanjut untuk menganalisis pengaruh produk skintific. Oleh karena itu pada penelitian ini penulis memilih topik ” Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skintific Pada Mahasiswi Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk skintific pada mahasiswi Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Jember?
2. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk skintific pada mahasiswi Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Jember?
3. Apakah *Brand Image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk skintific pada mahasiswi Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Jember?
4. Manakah variabel penetapan harga, kualitas produk, dan *Brand Image* yang secara dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk skintific pada mahasiswi Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji dan menganalisis pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen produk skintific pada mahasiswi Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Jember .
2. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk skintific pada mahasiswi Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Jember.

3. Menguji dan menganalisis pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian konsumen produk skintific pada mahasiswi Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Jember.
4. Menguji dan menganalisis faktor mana yang lebih dominan antara harga, kualitas produk, dan *Brand Image* dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen produk skintific pada mahasiswi Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi media informasi dalam pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat menjadi sumber rujukan serta untuk mendapatkan informasi sebagai acuan dalam mengembangkan strategi bisnis.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi kesempatan penulis untuk mengimplementasikan ilmu yang telah di dapat selama kegiatan belajar mengajar di perkuliahan.