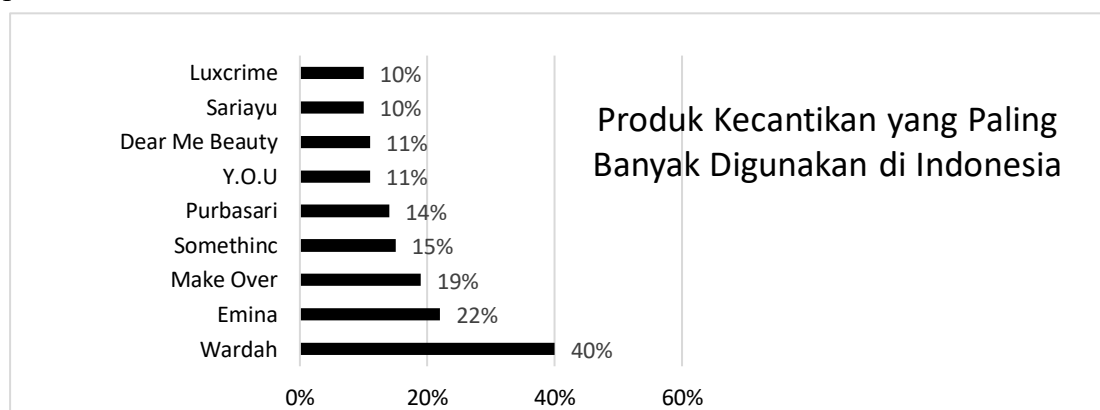


BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minat masyarakat Indonesia pada kosmetik kian meningkat seiring berjalannya waktu, hal ini dibuktikan pada survei dalam Fimela oleh Populix terhadap 500 responden perempuan berusia 18-55 tahun pada tanggal 4-14 Juli 2022. Dalam survei tersebut diketahui bahwa sebanyak 73% responden menghabiskan uang hingga Rp 250.000 setiap bulannya untuk membeli produk kosmetik, sementara 23% lainnya menghabiskan hingga Rp 750.000. Produk kosmetik sendiri memiliki banyak jenis dan kegunaan untuk masing-masing bagian wajah, seperti *foundation* yang digunakan meratakan warna kulit wajah, maskara yang digunakan untuk mempercantik bulu mata dan lipstick yang digunakan untuk mengubah warna bibir.

Emina adalah salah satu merek milik PT Paragon *Technology and Innovation* yang bergerak di bidang kosmetik di Indonesia. Perusahaan tersebut berdiri pada tahun 1985 dengan nama awal PT Pustaka Tradisi Ibu. Merek selain Emina yang dinaungi oleh perusahaan tersebut antara lain Wardah, Kahf dan Make Over. Artikel Databoks tahun 2022 pada Gambar 1.1 di bawah menyebutkan bahwa dari survei Populix, tiga merek PT Paragon menjadi favorit konsumen. Survei ini melibatkan 500 perempuan dengan tingkat pendidikan SMA, D3 dan S1 yang merupakan penduduk Indonesia.



Gambar 1. 1 Produk Kecantikan yang Paling Banyak Digunakan
Sumber: Survei Populix dalam artikel Databoks (2022)

Produk dari merek Emina seringkali ditemukan pada toko kosmetik atau *minimarket* sekitar daerah Jember. Tidak hanya produk yang digunakan untuk merias wajah, melainkan juga produk *skincare* seperti *moisturizer*, *sunscreen* dan toner merek Emina dapat dengan mudah ditemukan pada toko kosmetik atau *minimarket* di daerah Jember. Hal ini menjadi indikator bahwa Emina telah dikenal dan menjadi salah satu merek kosmetik maupun *skincare* yang berhasil melakukan pengenalan merek, hingga terjadi kesadaran merek Emina pada masyarakat Jember. Kesadaran merek atau *brand awareness* adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu (Duriyanto *et al.*, 2017). *Brand awareness* merupakan salah satu kunci konsumen membeli suatu produk, karena merek yang dikenal akan lebih berpotensi menjadi merek yang terpikir pertama kali oleh konsumen saat akan membeli kategori produk yang sejenis dengan merek tersebut. Hal ini disebut *top of mind* dalam piramida *brand awareness*. Tidak hanya merek yang dikenal, kalangan wanita remaja akan mencari produk kosmetik atau *skincare* dengan kualitas yang bagus, kemasan yang menarik dan harga yang terjangkau. Menurut Kotler dalam Liunokas *et al.* (2024), harga adalah sejumlah uang yang ditukar oleh konsumen untuk suatu produk atau jasa. Dari segi harga, produk merek Emina terbilang cukup terjangkau dengan kualitas yang diberikan produk Emina bagi wanita remaja. Apabila dibandingkan dengan produk yang setara dengan merek Emina, seperti Implora, Pinkflash atau OMG. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya sertifikasi halal dan nomor BPOM yang dicantumkan pada kemasan produk Emina, sebagai perlindungan pengguna produk Emina saat mengonsumsi produk. Menurut Kotler dan Keller (2018), kualitas produk adalah karakteristik produk yang dapat memuaskan pelanggan. Emina menyediakan pilihan warna kosmetik yang sesuai dengan *tone* warna kulit wanita remaja Indonesia. Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk serta *brand awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Emina pada mahasiswa Politeknik Negeri Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Emina pada mahasiswi Politeknik Negeri Jember?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Emina pada mahasiswi Politeknik Negeri Jember?
- c. Bagaimana pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk Emina pada mahasiswi Politeknik Negeri Jember?
- d. Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan *brand awareness* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Emina pada mahasiswi Politeknik Negeri Jember?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini sebagai berikut:

- a. Menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Emina pada mahasiswi Politeknik Negeri Jember.
- b. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Emina pada mahasiswi Politeknik Negeri Jember.
- c. Menguji dan menganalisis pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk Emina pada mahasiswi Politeknik Negeri Jember.
- d. Menguji dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan *brand awareness* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Emina pada mahasiswi Politeknik Negeri Jember.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini, sebagai berikut:

a. Manfaat bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran dan bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan dan menetapkan strategi pemasaran, mengembangkan inovasi produk dan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

b. Manfaat bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana penulis untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah dan melatih kemampuan analisa. Selain itu, penelitian membantu menguji teori yang sudah ada, apakah masih relevan atau perlu dikembangkan.

c. Manfaat bagi peneliti berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca, bahan pembelajaran dan menjadi sumber acuan untuk bidang kajian sejenis. Kemudian hasil penelitian dapat dijadikan pembanding atau dasar pengembangan penelitian berikutnya.