

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2013 Sandy Purnamasari dan Maharani Kemala mendirikan Ms Glow dengan motto brand yaitu *magic for skin*. Ms Glow saat ini telah berkembang menjadi skin care, body care dan kosmetik serta telah memiliki agen dan member resmi di seluruh Indonesia bahkan sudah merambah mancanegara. Produk Ms Glow sudah bersertifikat halal dan BPOM serta sudah teruji secara klinis. Ms Glow telah mendirikan klinik kecantikan Demi kepuasan dan kepercayaan customer di beberapa daerah di Indonesia yang menghadirkan berbagai solusi perawatan wajah tubuh seperti *laser meso*, *skin rejuvenation*, *v shape mikrodermabrasi*, *beauty transformation* dan lainnya yang langsung ditangani dokter ahli (MS GLOW STORE, 2022). Sandy Purnamasari dan Maharani Kemala memiliki hobi selalu ingin tampil cantik dan sehat. Oleh karena itu, pada Juli 2016 diciptakan Ms Glow dengan menawarkan produk kosmetik dan perawatan kulit tubuh atau *face and body skincare*. Brand Ms Glow sendiri memiliki arti *magic for skin* dengan harapan Ms Glow bisa menjadi produk *skincare* yang menjadi solusi kulit semua kalangan.

Keunggulan dari Ms Glow lainnya, yaitu menggunakan bahan-bahan alami yang berasal dari Negara sendiri dan diproduksi langsung dari Indonesia. Bahan-bahan alami yang digunakan seperti bengkoang, kunyit, minyak zaitun, *Chamomile*, lidah buaya dan lain-lainnya. Manfaat yang diperoleh dari produk Ms Glow ini akan membuat wajah dan kulit lebih sehat hingga ke dalam jaringan kulit. Komposisi utama dari produk Ms Glow ini diantaranya *Kojic dipalmitate*, *kojic acid*, *sulphur*, vitamin c dan lain-lain.

Distributor Ms Glow dikenal dengan agen reseller dan agen member atau stockis. Agen member atau stockisn diberikan stok offline skala besar dengan tujuan yang memudahkan para konsumen di kota-kota masing-masing agen, sedangkan untuk reseller hanya dapat menjual produk secara online. Pendiri Ms

Glow Sandy Purnamasari dan Maharani Kemala mempunyai visi dan misi yang sama yaitu untuk mempromosikan kosmetik dan perawatan kulit dari produk lokal agar dapat bersaing di era globalisasi (MS GLOW STORE, 2022).

Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena Harga, Promosi (*Celebrity Endorse*), dan Kualitas Pelayanan yang baik. harga merupakan nilai (biasa dinyatakan dengan uang) yang harus di korbakan untuk dapat memiliki, menggunakan atau mengkonsumsi suatu barang dan jasa guna mendapatkan kepuasan. Jadi dapat disimpulkan jika harga sangat tinggi, konsumen biasanya mengharapkan kualitas tinggi, dan persepsi aktualnya akan dipengaruhi oleh harapan ini. Jika harga terlalu tinggi, organisasi dianggap tidak peduli akan pelanggan, atau dianggap melakukan penipuan. Sebaliknya, jika harga terlalu rendah, pelanggan dapat meragukan kemampuan organisasi dalam hal kualitas jasa. Menurut Shinta (2011:127) "Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran". Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara adalah lembaga instansi yang terdapat banyak sekali mahasiswa yang sangat memperhatikan penampilan agar terlihat lebih cantik. Mahasiswi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang kini sedang memakai produk kecantikan seperti salah satunya adalah Ms Glow. Sekitar 19.129 Mahasiswi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara semuanya sudah pasti mengenal skincare dari jenis apapun produknya salah satunya adalah Produk Ms Glow. Produk Ms Glow juga sudah memiliki label halal dan banyak Mahasiswi melihat produk dengan adanya label halal. Produk Ms Glow mulai dari paket wajah, *body care*, serum wajah, lipstick dan lain sebagainya. Pada usia remaja sekarang sangatlah penting merawat tubuh maupun wajah agar tetap cantik. Dan tak heran di jaman sekarang ini sudah terdapat banyak sekali wanita cantik.

Hasil Pra Riset yang peneliti simpulkan bahwa banyak pemakai produk Ms Glow memiliki perubahan setelah pemakaian produk Ms Glow tersebut, ada juga yang sangat sedikit perubahannya setelah memakai produk Ms Glow tersebut. Dan harga produk Ms Glow tersebut juga menjadi masalah beberapa Mahasiswi yang berat pada saat membelinya. Banyak Mahasiswi yang sangat tertarik membeli produk melalui *Celebrity Endors*. Banyak Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara lebih banyak melihat dari produk Ms Glow melalui *Selebgram* terkenal ataupun ternama. Namun, banyak juga pemakai produk Ms Glow tersebut tidak mendapatkan hasil yang bagus dan sesuai ekspektasi dari *review* yang di sampaikan oleh *Selebgram* tersebut. Dan banyak pemakai tertipu dengan *review* tersebut dikarenakan merasa bahwa produk Ms Glow cocok di kulit setiap pemakai.

Banyak mahasiswa mengenal produk Ms Glow melalui *social media*, *instagram*, *tiktok*, *shopee*, *youtobe* dan teman-teman *secirle*. Kemudian dari segi kualitas produk Mahasiswa ada yang cocok pada pemakaian pertama produk Ms Glow dan ada juga yang tidak cocok dengan produk tersebut. Wajah pemakai produk Ms Glow yang cocok tidak akan berjerawat sama sekali sedangkan wajah pemakai produk yang tidak cocok dapat menimbulkan bengkak, merah pada wajah, timbulnya jerawat yang tidak wajar. Dan harga juga menjadi masalah dikarenakan harga produk Ms Glow yang cukup mahal bagi mahasiswa. Dengan harga yang mahal tersebut membuat Mahasiswa berpikir berkali-kali untuk membelinya. Dari riset yang dapat peneliti simpulkan adalah bahwa harga menjadi suatu permasalahan di kalangan Mahasiswi Universitas Negeri Islam Sumatera Utara. Namun, banyak juga Mahasiswi sangat mementingkan kualitas produk di akhir keputusan pembelian dikarenakan Harga yang cukup mahal dikalangan Mahasiwa banyak dari mereka dengan harga yang mahal penting sekali kualitas produk yang harus bagus dan sesuai di wajah setiap pemakai produk Ms Glow. Banyak mahasiswa melihat komposisi produk Ms Glow tidak ada mengandung unsur merkuri dan sudah BPOM. Dan mahasiswa berharap kualitas produk dari Ms Glow berpengaruh di wajah setiap pemakai namun banyak pemakai yang tidak cocok sama sekali dengan produk Ms Glow.

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang “**Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan *Celebrity Endors Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)***”

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, adapun identifikasi masalah ini adalah:

1. Harga menjadi suatu pertimbangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera pada keputusan pembelian produk Ms Glow.
2. Kualitas Produk menjadi permasalahan dikarenakan ketidakcocokan pada pemakai produk Ms Glow.
3. *Review* dari *Selebgram* bahkan terkadang tidak sesuai dengan apa yang dijelaskan dan apa yang kita lihat di *social media*.

### **C. Batasan Masalah**

Dikarenakan luasnya ruang lingkup penelitian ini serta keterbatasan penulis, maka penulis membatasi masalah yaitu:

Penelitian ini dibatasi dengan satu variable dependen yaitu pengungkapan Keputusan Pembelian sebagai (Y). dan variable independen yaitu Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ) *Celebrity Endors* ( $X_3$ ).

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian, yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara?

3. Apakah *Selebriti Endors* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara?
4. Apakah Harga, Kualitas Produk, dan *Celebrity Endors (Influencer)* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk MS Glow?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan Penelitian adalah:

1. Mengetahui ada atau tidak pengaruh harga terhadap pembelian produk Ms Glow pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Mengetahui ada atau tidak pengaruh kualitas produk terhadap pembelian produk Ms glow pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Mengetahui ada atau tidak pengaruh *Selebriti Endors* terhadap pembelian produk Ms Glow pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Mengetahui ada atau tidak pengaruh harga, kualitas produk, dan *Selebrity Endors* terhadap pembelian produk Ms Glow pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi Peneliti:
  - a. Nemambah wawasan serta memperluas pengalaman dalam kehidupan berbisnis.
  - b. Mengetahui bagaimana membuat strategi pemasaran terhadap penjualan produk.
2. Bagi PT. Kosmetika Cantik Indonesia:

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan pertimbangan bagi manager pemasaran perusahaan Ms Glow dalam pemilihan *Celebrity Endors* yang tepat dalam mengkomunikasikan produknya ke konsumen,

sehingga dapat menciptakan kualitas produk yang baik dan selanjutnya akan berdampak pada niat beli konsumen dari produk Ms Glow.

3. Bagi Akademisi:

Menambah ilmu pengetahuan dan sebagai bahan tambahan referensi untuk mahasiswa.

