

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis tidak dapat terelakkan. Pemasar yang akan menjual produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik dari pada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin, menjadi ingin membeli. Karena pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.

Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga akan semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar - benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen.

Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya. Kemampuan itu meliputi : daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, serta atribut yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Semua konsumen menginginkan kualitas produk sesuai dengan uang yang mereka keluarkan, semakin baik kualitas sebuah produk yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin tinggi juga tingkat pembeliannya dan kualitas produk merupakan salah satu pertimbangan penting ketika konsumen akan melakukan sebuah pembelian.

Kualitas produk dirasa sangat penting bagi sebuah perusahaan karena menentukan seberapa kuat produk tersebut bersaing di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk dapat ditentukan oleh cara konsumen memandang produk tersebut. Dari suatu pandang pemasaran, kualitas adalah kemampuan produk untuk memuaskan keinginan konsumen. Definisi ini berfokus pada konsumen dan bagaimana konsumen berpikir suatu produk akan memenuhi tujuan tertentu.

Setiap konsumen memiliki kemampuan membeli masing-masing, hal itu dapat diartikan bahwa harga merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan minat beli konsumen. Dimana ketika suatu perusahaan menetapkan harga yang mahal maka konsumen mungkin tidak akan tertarik untuk melakukan sebuah pembelian namun sebaliknya, apabila perusahaan menetapkan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harga yang murah maka konsumen akan tertarik untuk melakukan sebuah pembelian. Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang di rasakan atas suatu barang atau jasa.

Konsumen beranggapan bahwa variasi produk dapat memberikan nilai tambah bagi mereka. Hal tersebut dikarenakan adanya persepsi yang menimbulkan konsumen tertarik untuk membelinya, dengan begitu konsumen akan rela membayar mahal agar memperoleh produk yang diinginkan. Dan perusahaan yang baik yaitu perusahaan yang dapat memenuhi keinginan dan kapuasan konsumen.

Variasi produk atau keanekaragaman produk bukan hal yang baru dalam dunia pemasaran, dimana strategi ini banyak digunakan oleh praktisi-praktisi pemasaran di dalam aktivitas peluncuran produknya. Variasi produk memiliki pengertian yang luas tidak hanya menyangkut jenis produk dan line produk tetapi juga menyangkut kualitas, desain, bentuk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan dan pengembalian yang harus diperhatikan oleh perusahaan secara seksama terhadap keanekaragaman (variasi) produk yang dihasilkan secara keseluruhan. Artinya dengan semakin bervariasinya produk yang dihasilkan, maka perusahaan juga semakin banyak melayani berbagai macam kebutuhan konsumen yang dituju.

Variasi produk juga suatu unit khusus didalam suatu merek atau lini produk berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau atribut lainnya. Berdasarkan pengertian diatas dapat diartikan bahwa variasi produk adalah strategi perusahaan dengan menganekaragamkan produknya dengan tujuan agar konsumen

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkannya sesuai dengan karakter yang diinginkan.

Kosmetik merupakan bagian dari gaya hidup seseorang. Bagi kalangan wanita maupun pria mulai menyadari akan pentingnya kosmetik untuk memenuhi gaya hidup yang bersih, sehat, serta nyaman dan menarik untuk dipandang. gaya hidup dan kosmetik tidak bisa lepas dari kaum wanita. Hampir semua wanita bergantung kepada produk kosmetik khususnya pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Tabel 1.1
Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Tahun 2017/2018

No	Jurusan	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		Jumlah
		P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L			
1	Manajemen S1	2	10	5	23	89	107	218	146	134	93	103	74	110	79	1.193
2	Akuntansi S1	2	6	14	27	147	89	248	112	192	67	118	48	143	54	1.267
3	Administrasi Negara S1	15	1	10	28	128	78	233	124	154	86	102	59	79	101	1.198
4	Manajemen Perusahaan D3	0	0	0	0	0	1	18	28	46	45	31	33	58	43	303
5	Akuntansi D3	0	0	0	0	0	0	15	20	65	25	36	23	75	22	281
6	Administrasi Perpajakan D3	0	0	0	0	0	0	2	12	47	35	44	25	70	34	268
Jumlah		19	17	29	78	364	275	734	442	638	351	434	262	535	333	4.510

Sumber : Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2017

Perempuan : 2.754

Laki – Laki : 1.756

Dari data yang diperoleh tabel diatas jumlah mahasiswi pada Fakultas Ekonomi sebanyak 2.754 artinya banyak mahasiswi yang menjadi pasar produk lipstik merek purbasari dan difakultas ekonomi terkenal dengan mahasiswa/i yang sangat mementingkan gaya hidup dan fashion. Kemudian, dengan besarnya tingkat kebutuhan dan keinginan individu perubahan kebutuhan menjadi sangat selektif, membuka peluang besar bagi produsen produk lipstik untuk memasarkan produknya, khususnya lipstik merek purbasari.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Diantara sekian banyak jenis alat-alat kosmetik yang ada, salah satu yang paling sering digunakan oleh wanita adalah lipstik. Karena lipstik terbilang jenis alat kosmetik yang mudah untuk diterapkan dibandingkan dengan alat yang lainnya, dan lipstik juga bisa menjadi pilihan alat kosmetik yang terbaik disaat terburu-buru.

Selain itu, lipstik juga dapat membantu mencerahkan wajah agar terlihat lebih segar bahkan ketika tidak menggunakan riasan mata lain sekalipun, lipstik akan memberi tampilan kita lebih bersinar dan lebih percaya diri.

Purbasari adalah salah satu produsen produk-produk kecantikan yang memproduksi rangkain produk yang bervariasi. Produk purbasari dapat di kategorikan dalam bentuk body scrup, skin care, decorative cosmetics, bath soap, danfeminime wash. Dan setelah sukses dengan body scrupnya yang begitu banyak menarik, purbasari juga mengeluarkan produk lipstik.

Purbasari adalah salah satu merek lipstik yang cukup terkenal dan banyak digunakan oleh wanita. Tidak hanya itu, purbasari memiliki aneka ragam jenis lipstik yang menyesuaikan karakter diri serta keinginan konsumennya, memiliki kualitas yang baik dengan harga yang relatif murah serta purbasari juga adalah brand yang menegaskan pada konsumennya bahwa produknya adalah produk yang Halal.

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta kualitas dan harga yang ditetapkan, juga variasi produknya dapat memenuhi harapan konsumen, sehingga memungkinkan konsumen untuk melipat gandakan pembeliannya terhadap produk

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

yang ditawarkan, yang pada gilirannya mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan uraian masalah diatas penulis tertarik untuk meneliti dan memilih judul : **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Purbasari Difakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

- a) Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian lipstik merek purbasari?
- b) Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian lipstik merek purbasari?
- c) Apakah variasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian lipstik merek purbasari?
- d) Apakah kualitas produk, harga dan variasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian lipstik merek purbasari?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penulisan ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian lipstik merek purbasari.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian lipstik lipstik merek purbasari.
- c) Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian lipstik merek purbasari.
- d) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan variasi produk secara simultan terhadap keputusan pembelian produk lipstik merek purbasari.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan peneliti dengan memahami lebih mengenai variabel dan indikator yang berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi Universitas, sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dibidang manajemen pemasaran dan dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa lainnya.
3. Bagi perusahaan, sebagai bahan informasi tambahan untuk menyempurnaan dalam perbaikan atau peningkatan kualitas produk, serta peningkatan inovasi disetiap produknya agar dapat diminati oleh konsumen.

1.5 Sistmatika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dimaksudkan agar mempermudah dalam memahami uraian bab-bab yang di uraikan sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori dan pendapat para ahli atau pakar mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang metode penelitian, yaitu: lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan gambaran umum perusahaan, sejarah singkat perusahaan, maksud dan tujuan pendirian, dan struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian yang dilakukan.