BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat mempertahankan serta meningkatkan penjualannya. Salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk dan harga. Produk dengan kualitas yang baik cenderung lebih diminati konsumen karena mampu memberikan kepuasan dan memenuhi harapan mereka. Di sisi lain, harga juga menjadi pertimbangan penting karena berhubungan langsung dengan daya beli serta persepsi nilai dari suatu produk.

Salah satu produk yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, khususnya keluarga dengan bayi dan anak-anak, adalah minyak telon. Minyak telon merupakan produk perawatan bayi yang digunakan untuk menghangatkan tubuh, mencegah masuk angin, serta memberikan aroma khas yang menenangkan. Di antara berbagai merek minyak telon yang beredar di pasaran, Minyak Telon *My Baby* merupakan salah satu merek yang cukup populer dan banyak diminati karena dikenal memiliki aroma lembut, tidak lengket di kulit, serta mudah ditemukan di berbagai toko dan minimarket.

Namun, dengan semakin banyaknya merek minyak telon lain seperti *Zwitsal, Konicare, Doodle,* dan *Tresno Joyo,* konsumen memiliki lebih banyak pilihan. Persaingan ini menuntut *My Baby* untuk terus menjaga dan meningkatkan

kualitas produknya, serta menetapkan strategi harga yang sesuai agar tetap menjadi pilihan utama konsumen.

Khusus di Kelurahan Tlogomas, Kota Malang, yang merupakan kawasan dengan populasi keluarga muda dan tingkat pendidikan yang cukup tinggi, perilaku konsumen dalam membeli produk bayi cenderung selektif. Mereka mempertimbangkan aspek kualitas, keamanan bahan, aroma, kemasan, serta harga sebelum memutuskan untuk membeli. Oleh karena itu, menarik untuk diteliti bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian minyak telon *My Baby* di wilayah tersebut. Kualitas produk dan jasa termasuk faktor yang penting dalam meningkatkan persaingan. Masing-masing dari konsumen mempunyai keinginan yang berbeda-beda dan setiap saat bisa berubah (Dewi 2019), sehingga kualitas pelayanan maupun kualitas produk yang diberikan harus disesuaikan dengan keinginan para konsume. berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan mereka. Penting agar masyarakat tidak hanya mengerti teori, tetapi juga mampu mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari, seperti dalam bertransaksi atau mejalankan usaha (Fitry 2025).

Juga menjelaskan bahwa harga merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang berperan langsung dalam menghasilkan pendapatan, sementara elemen pemasaran lainnya justru menimbulkan biaya. Harga dianggap sebagai komponen yang paling fleksibel untuk disesuaikan dalam strategi pemasaran, dibandingkan dengan fitur produk, distribusi, atau komunikasi yang umumnya memerlukan waktu lebih lama untuk disesuaikan (Firmansyah 2019).

1.2. Rumus Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi dari latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak telon *My Baby* di Kelurahan Tlogomas, Kota Malang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak telon *My Baby* di Kelurahan Tlogomas, Kota Malang?
3. Apakah kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak telon *My Baby* di Kelurahan Tlogomas, Kota Malang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian minyak telon merek *My Baby* di kelurahan Tlogomas Kota Malang
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian minyak telon merek *My Baby* di Kelurahan Tlogomas kota Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembeli minyak telon *My Baby* di Klurahan Tlogomas Kota Malang.

4. Manfaat Penelitian

1.3.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis merujuk pada kontribusi penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran.

1. Penelitian ini memberikan sumbangan terhadap pengembangan konsep-konsep dalam manajemen kualitas dan kontrol mutu, terutama dalam konteks industri manufaktur produk tradisional seperti minyak telon.
2. Hasil penelitian ini juga memperluas kajian literatur mengenai keterkaitan antara kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian dalam industri berbasis budaya.
3. Penelitian ini turut memperkaya pemahaman mengenai produk yang berakar dari warisan budaya atau tradisi.
4. Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan landasan untuk merancang model atau pendekatan baru dalam pengendalian mutu yang sesuai dengan perkembangan industri herbal atau tradisional di era kemajuan teknologi saat ini.

1.3.2. Manfaat Akademis

Manfaat akademis mencerminkan kontribusi terhadap dunia pendidikan dan pengembangan penelitian ilmiah.

1. Penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti yang tertarik untuk mendalami peran pengendalian mutu dalam

industri yang mengedepankan kearifan lokal, seperti jamu dan minyak telon.

2. Memberikan ilustrasi nyata mengenai penerapan prinsip-prinsip mutu dalam industri tradisional, yang dapat digunakan sebagai studi kasus atau materi pembelajaran di bidang manajemen, farmasi, maupun teknik industri.
3. Menambah pengetahuan akademik mengenai pentingnya sinergi antara inovasi teknologi dan pelestarian produk tradisional untuk memperkuat daya saing di pasar global.

1.3.3. Manfaat Praktis

Manfaat praktis berkaitan dengan penerapan langsung hasil penelitian dalam kegiatan usaha atau dunia industri.

1. Membantu perusahaan dalam menyadari pentingnya menjaga kualitas produk secara konsisten untuk membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan, sekaligus memperluas jangkauan pasar baik di dalam negeri maupun luar negeri.
2. Memberikan pedoman yang dapat diterapkan secara langsung untuk menghadapi persaingan industri yang semakin ketat, melalui peningkatan mutu, efisiensi proses produksi, serta pengurangan kerugian akibat produk yang tidak sesuai standar.
3. Mendorong pelaku usaha agar terus berinovasi dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk tradisional seperti minyak telon, agar tetap mampu bersaing dan diminati di pasar modern.

4. Ruang lingkup

1. Objek Penelitian

Objek yang diteliti dalam studi ini adalah minyak telon dengan merek "*My Baby*", salah satu produk perawatan bayi yang populer dan banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia.

2. Variabel Penelitian

Penelitian ini menitikberatkan pada dua variabel utama, yaitu:

a. Variabel *Independen**:***

a) Kualitas Produk: Mencakup bagaimana konsumen memandang mutu, manfaat yang diberikan, efektivitas, kemudahan penggunaan, serta tingkat keamanan dari produk tersebut.

b) Harga: Mencerminkan pandangan konsumen terhadap kecocokan antara harga dan kualitas produk, keterjangkauan harga, serta seberapa kompetitif harga tersebut dibandingkan dengan produk serupa di pasaran.

3. Variabel *Dependen**:***

Keputusan Pembelian**:** Merujuk pada proses serta pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen dalam memilih dan membeli produk minyak telon merek *My Baby*, yang mencakup aspek kepuasan dan loyalitas terhadap produk tersebut.