

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era modern ini, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya untuk kaum wanita. perilaku konsumen wanita akan semakin mengalami perkembangan, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: angkatan kerja dengan pendidikan yang lebih tinggi yang menyebabkan daya beli lebih tinggi, akses informasi yang lebih banyak dan mudah sehingga membentuk wawasan yang lebih kaya, karir yang membentuk perilaku beli berorientasi pada tempat kerja dan kepraktisan, serta kehidupan kosmopolitan yang membentuk perilaku mengikuti gaya barat atau internasional.

Pembeli adalah individu atau organisasi yang memperoleh barang atau jasa dengan mempertimbangkan banyak faktor yang mempengaruhinya, biasanya melalui pertukaran mata uang. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli, dimana konsumen membeli barang atau jasa. Pengambilan keputusan adalah aktivitas pribadi yang terlibat langsung dalam mendapatkan dan menggunakan barang yang disediakan (Fure, F dan Lapisan J, 2015:368)

Perilaku konsumen merupakan hal yang unik karena preferensi setiap orang terhadap suatu produk berbeda-beda Hal tersebut

dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya harga, kualitas produk, citra merek, promosi, dan lain-lain, Untuk itu perusahaan harus jeli dalam menerapkan strategi – strategi penjualan pada produknya, Sejalan dengan perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era modern ini, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat umum khususnya untuk wanita.

Besarnya kebutuhan seseorang untuk merawat diri agar terlihat cantik dan semakin berkembangnya gaya hidup kaum wanita, pada akhirnya memberikan pengaruh yang besar bagi pesatnya perkembangan industri kecantikan di Indonesia.

Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak klinik-klinik kecantikan yang menawarkan produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan kecantikan. Klinik-klinik kecantikan yang muncul saat ini tidak hanya menawarkan jasa perawatan yang dapat dilakukan konsumen saat berada di klinik saja, akan tetapi juga menawarkan produk- produk sebagai kelanjutan dari perawatan yang dilakukan di klinik agar konsumen mendapatkan hasil sesuai dengan yang diinginkannya.

Produk tersebut biasanya berupa obat-obatan yang dikemas dalam berbagai macam bentuk kosmetik untuk digunakan sehari-hari oleh konsumen. Kosmetik merupakan produk yang unik karena selain produk ini memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar

wanita akan kecantikan, produk ini juga sesungguhnya memiliki resiko pemakaian yang perlu diperhatikan. mengingat kandungan bahan-bahan kimia yang tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen.

Kondisi diatas menyebabkan klinik-klinik kecantikan dituntut untuk memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan kosumen, karena pada dasarnya konsumen akan membeli suatu produk yang dapat memuaskan keinginannya tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat produk itu.

Persaingan bisnis kecantikan tersebut mengharuskan perusahaan meningkatkan kinerja produknya untuk meningkatkan pembelian masyarakat. Pada dasarnya keputusan pembelian ulang ialah suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan. Konsumen sering dihadapkan dengan beberapa pilihan dalam menggunakan suatu produk. Hal tersebut menyebabkan konsumen harus mempertimbangkan baik-baik sebelum mengambil keputusan untuk membeli.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang adalah kualitas produk. Kualitas Produk saat ini sangat diperhatikan oleh konsumen. Konsumen menginginkan kualitas produk yang terbaik pada produk – produk yang telah dibeli. Kualitas produk adalah ciri dan

karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang baik akan mendorong konsumen melakukan pembelian.

Kualitas produk berperan penting dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Selain itu juga berkaitan erat dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk yang ditawarkan perusahaan maka kepuasan yang akan dirasakan konsumen semakin tinggi. Penilaian yang baik mengenai kualitas produk sesuai dengan tingkat keinginan dan kebutuhan konsumen akan mendorong konsumen melakukan pembelian produk. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengalaman konsumen dalam memakai produk dan jasa akan menghasilkan penilaian konsumen, apabila produk dan jasa memuaskan konsumen maka konsumen akan melakukan pembelian, sehingga dapat membangun loyalitas konsumen.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang adalah harga. harga adalah sejumlah pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan kombinasi barang dan jasa. Dalam pengambilan keputusan harga merupakan salah satu pertimbangan penting, karena konsumen tentunya mengharapkan uang yang mereka keluarkan sesuai

dengan apa yang mereka dapatkan. Penting bagi perusahaan menetapkan harga yang sesuai atau wajar dengan nilai (*value*) dari produknya.

Harga yang ditawarkan oleh produsen tidak hanya berkaitan dengan produk itu sendiri, akan tetapi juga berkaitan dengan atribut yang melengkapi produk tersebut. Dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk, harga merupakan salah satu faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumen tersebut. Seringkali, konsumen memilih produk dengan harga yang paling murah atau terjangkau meskipun kualitas atau manfaat yang didapatkan tidak terlalu memuaskan, akan tetapi tidak jarang pula konsumen memilih produk dengan harga yang mahal karena faktor kualitas dan manfaat yang memuaskan, loyalitas terhadap produk tersebut, dan lain- lain.

Harga merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Murah atau mahalnya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Dengan demikian diperlukan strategi penetapan harga yang tepat. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Apabila konsumen menerima harga yang telah ditetapkan, maka produk tersebut akan laku, sebaliknya bila konsumen menolaknya maka diperlukan peninjauan kembali terhadap harga jualnya. Dengan demikian, semakin tepat perusahaan dalam menentukan penetapan harga, keputusan

pembelian semakin tinggi.

Selain faktor harga yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik juga merupakan kunci penting dalam kesuksesan suatu bisnis atau perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang pelanggan. Seringkali juga kita mendengar peribahasa yang menyatakan bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Unggulnya kualitas pelayanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan.

Bertumbuhnya klinik kecantikan telah banyak terjadi di kota-kota besar termasuk di Bogor, hal ini disebabkan semakin meningkatnya kesadaran untuk memperhatikan kecantikan di kalangan kaum wanita saat ini. Salah satu klinik kecantikan di Bogor adalah Latika Beautycare, tepatnya di Jl. Raya Taman Cimanggu No. 16, RT 05/RW. 04, Cibadak, Kec. Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat 16164.

Latika Beautycare sebagai klinik kecantikan yang baru tumbuh

menghadapi banyak tantangan. Klinik-klinik kecantikan yang banyak bermunculan di Bogor ini berlomba-lomba menawarkan konsep yang semakin modern dengan pilihan jasa perawatan yang semakin beragam misalnya *facial, Chemical Filling, Laser, Botok, Filler, dan lain – lain*. Tingginya kebutuhan konsumen terhadap alat kosmetik, pada akhirnya diadopsi oleh klinik kecantikan dengan menghadirkan konsep dengan tidak hanya menawarkan jasa perawatan yang dapat dilakukan konsumen saat berada di klinik saja, akan tetapi juga menawarkan produk-produk seperti obat-obatan yang dikemas dalam berbagai macam bentuk kosmetik untuk digunakan sehari-hari oleh konsumen sebagai kelanjutan dari perawatan yang dilakukan di klinik agar konsumen mendapatkan hasil sesuai dengan yang diinginkannya. Produk-produk yang ditawarkan oleh klinik kecantikan Latika Beautycare bermacam-macam misalnya : *day cream, facial wash, acne lotion, night cream, serum, toner, milk cleanser, dan lain-lain*. Berikut ini adalah tabel mengenai klinik-klinik pesaing Latika Beautycare :

Tabel 1

Pangsa Pasar Persaingan Klinik Kecantikan di Bogor Tahun 2021 :

No	Nama Klinik Kecantikan	Pangsa Pasar (%)
1	MS Glow Klinik Bogor	28%
2	Zap Clinic	23%
3	Latika Beautycare	20%
4	Wijaya Platinum Klinik Bogor	18%
5	D'Beauty Hose	11%

Sumber Data : Data BPOM Resep Klinik Kecantikan Pada Tahun 2022

Pada Tabel diatas menunjukkan bahwa klinik kecantikan *MS Glow Klinik Bogor* dan *Zap Clinic* yang memiliki pangsa pasar tertinggi di Kota Bogor. *MS Glow Klinik Bogor* masih berada di posisi tertinggi pada tahun 2021 sebanyak 28%. Sedangkan urutan kedua adalah *Zap Clinic*, yang memiliki pangsa pasar sebesar 23%, dan disusul oleh *Latika Beautycare* sebesar 20%, Kemudian diikuti *Wijaya Platinum Klinik Bogor*, dan *D' Beauty House*.

Persaingan antar klinik kecantikan saat ini semakin banyak muncul berbagai klinik-klinik kecantikan baru, masing-masing klinik menawarkan berbagai macam perawatan yang bagus dan diskon yang tinggi untuk menarik minat beli konsumen. Untuk memenangkan persaingan dalam dunia perawatan kecantikan kulit perlu diterapkan

strategi pemasaran yang tepat dan strategi positioning guna mengetahui posisi skincare di benak konsumen

Terkait dengan kualitas produk Latika Beautycare, meskipun Latika Beautycare dibuat dengan bahan-bahan alami, namun produk ini sesungguhnya memiliki resiko pemakaian yang perlu diperhatikan mengingat produk ini tetap ada kandungan bahan kimia yang aktif seperti *niacinamide*, *glutathione*, *vitamin c* yang tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen. Jadi pemilihan kualitas produk biasanya menjadi kriteria utama penilaian produk yang akan dibeli. Kekurangan dari produk Latika Beautycare terletak pada produk night cream nya dimana tidak ada label komposisi bahan-bahan yang terkandung di dalamnya. Hal ini membuat para pelanggan menjadi ragu untuk menggunakan produk night cream karena dikhawatirkan dalam jangka panjang produk ini tidak aman bagi kulit.

Latika Beautycare dalam menjual produk dan jasa juga memperhatikan faktor harga sesuai. Latika Beautycare menang unggul dalam hal harga khususnya pada harga perawatan wajah untuk facial maupun Laser dibandingkan klinik kecantikan lainnya. Berikut ini disajikan data perbandingan harga produk dan treatment di Latika Beautycare Bogor dengan Ms Glow Klinik Bogor :

Tabel 2

Perbandingan Harga Produk dari Latika Beautycare dengan Harga Produk Dari MS Glow :

Produk	Harga Produk Latika Beautycare	Harga Produk MS Glow
Facial wash	51.000	60.000
Toner	29.000	80.000
Serum	94.000	150.000
Day Cream Whitening/ Acne	60.000	75.000
Night Cream Whitening/Acne	70.000	85.000

Sumber Data : Survei Kompetitor

Dari Data tabel terlihat perbandingan harga produk dari Latika Beautycare dan Ms Glow. Harga Produk MS Glow Lebih tinggi dibandingkan dengan Latika Beautycare. Hal tersebut dapat dijelaskan Harga Facialwash dari Latika Beautycare Rp. 51.000, Toner Rp 29.000, Serum 94.000, Day Cream

Whitening/Acne Rp. 60.000, Night Cream Whitening/Acne Rp 70.000. Sedangkan Harga Produk dari Ms Glow yaitu : Facial Wash Rp. 60.000, Toner Rp. 80.000, Serum Rp. 150.000, Day Cream Whitening/Acne Rp. 75.000, Night Cream Whitening/Acne Rp. 85.000.

Dari Tabel diatas terlihat perbandingan Harga Produk antara Latika Beautycare Bogor dengan Ms Glow Klinik Bogor. Bahwa dari Segi Harga Produk dan Harga Treatment Latika Beautycare Bogor lah yang sangat terjangkau dibandingkan dengan harga produk dan treatment di Ms Glow klinik Bogor.

Berikut Perbandingan Daftar Harga Treatment di Latika Beautycare Bogor dengan Ms Glow Klinik Bogor :

Diskon Special 50% TANPA MINIMAL PAKET

Paket 100rb diskon 50% hanya 50rb

1. Facial Glamour + Vapozone + Ion + Ski Oxy + Masker
2. Facial Acne + Vapozone + Ion + Skin Oxy + Masker
3. Eye Treatment + Dembersihan + Massage + Masker
4. Lip Treatment + Dembersihan + Massage + Masker
5. Lash Lift + Lash Tint + Vitamin Bulu Mata

Paket 150rb diskon 50% hanya 75rb

1. Facial Gold With 24K + Vapozone + Ion + Gold Mask
2. Facial Lumpur + Skin Oxy + Ion + Lumpur + Masker
3. Facial Jala + Skin Oxy + Ion + Masker Jala
4. Facial Detox + Skin Scrubber + Vapo + Ion + Masker

Paket 250rb diskon 50% hanya 125rb

1. Hydrofacial / Mikrodermabralasi + Vapozone + Ion + Masker Peel Off
2. RF Tirius + RF Doublechin (+150rb Suntik Meso Art Liner)
3. Korean Peeling + Skin Oxy + Cooling + Masker Peel Off
4. Jelly Glow Facial (rangkain lengkap dengan eye treatment)

Paket 300rb diskon 50% hanya 150rb

1. Suntik Miss V Placento Whitening
2. Boobs Enlarge Treatment + Lifting + Masker (+100rb Suntik Payudara)
3. Facial Glamour / Acne + IDL white or acne + Skin Booster + Masker Peel Off
4. Facial Glamour / Acne + CC Glow / BB Glow + Masker Peel Off
5. Laser Lip Rejuve + Lip Treatment + Lip Mask

Sumber : Latika Beautycare Bogor
Maret 2022

Gambar 1
Harga Treatment di
Latika Beautycare Bogor

facial treatment		GET OUR SPECIAL OFFERS	
facial light		laser treatment	
facial barbie glow light	150k	viora v30 v-ipl	
facial glow acne light	150k	laser glow rejuve	750
facial glow ultimate light	150k	laser acne (ppp)	800
facial premium		laser new skin ultimate	800
facial oxyglow	325k	laser hair removal armpit	500k
facial acne clear	380k	laser hair removal mustache	300k
facial sterical	400k	laser hair removal leg	1250k
facial ultimate intensive	400k	laser hair removal full face	800k
facial hollywood peel	380k		
chemical peeling		viora v30 v-st	
refine peeling	300k	laser eyebag tightening	500k
body peeling	350k	laser skin tightening	750k
glow peeling	400k	laser lipis tightening	1500k
purifying peeling	400k	viora v30 v-nd yag	
perfect whitening peeling	400k	laser hyperpigmentation	900k
blackpeel	550k	laser vein	900k
meso treatment		viora v30 v-fr	
meso eyebag	300k	laser fractional	1500k
meso purifying	475k	other laser	
meso glow rejuve	550k	laser oxy white	1000k
meso instant white diamond	650k		
meso facelift	650k	silkpeel treatment	
meso slim	750k	silkpeel glow	850k
meso back	700k	silkpeel acne	850k
mmfu ultraformer III		silkpeel hydrating	850k
mmfu upper face	1000k	silkpeel hyperpigmented	850k
mmfu lower face	1500k	silkpeel pinklip	350k
mmfu full face	2500k		
mmfu body thigh (outer)	2000k		
mmfu body belly (perut)	2500k		
venus legacy			
cheek sculpting	1000k		
body slimming	2000k		

Sumber: Ms Glow Klinik Bogor,
Maret 2022

Gambar 2
Harga Treatment Ms Glow
Klinik Bogor

Dari Gambar diatas bisa dilihat perbandingan harga treatment yang murah di Latika Beautycare membuat tahapan- tahapan dalam proses facial dan laser tidak selengkap di Ms Glow Klinik Bogor. Proses treatment di Latika Beautycare meliputi : Dibersihkan wajahnya, Pijatan Lembut, Ekstraksi komedo, setelah itu akan di masker selama 15–20 menit. Sedangkan di Ms Glow Klinik Bogor proses treatmentnya lengkap dengan proses treatment di Bersihkan wajahnya, Di Facial, Di scrub, Uap Komedo, Ekstraksi Komedo, kemudian di beri masker selama 15-20 menit.



Sumber : Latika Beauty Bogor

Gambar 3

Night Cream Latika Beautycare



Sumber : MsGlowKlinik Bogor

Gambar 4

Night Cream Ms Glow

Dari Gambar diatas bisa dilihat dari Segi Kualitas Produk Ms Glow Klinik memiliki label komposisi bahan bahan yang digunakan di setiap produknya tetapi Latika Beautycare tidak ada label komposisi bahan bahan yang digunakannya. Dari Kalitas Produk disinilah yang membuat Latika Beatycare Bogor belum bisa memenhi pangsa pasar teratas di

kota Bogor sehingga pangsa persaingan tertinggi di Kota Bogor masih diduduki oleh Ms Glow Klinik Bogor.

Terkait dengan kualitas pelayanan, Latika Beautycare memiliki program untuk memberikan pelayanan dengan sepenuh hati dari dokter & seluruh karyawan bagi seluruh pelanggan. Namun ada juga beberapa karyawan yang memberikan pelayanan kurang memuaskan tidak ramah, dan berbicara dengan nada tinggi kepada pelanggan.

Tabel 3
Pembeli Latika Beautycare Periode Januari 2021 – Desember 2021

No	Bulan	Jumlah Pembeli
1	Januari 2021	312 Orang
2	Februari 2021	250 Orang
3	Maret 2021	330 Orang
4	April 2021	350 Orang
5	Mei 2021	115 Orang
6	Juni 2021	275 Orang
7	Juli 2021	117 Orang
8	Agustus 2021	355 Orang
9	September 2021	224 Orang
10	Oktober 2021	378 Orang
11	November 2021	124 Orang
12	Desember 2021	234 Orang

Berdasarkan data pembeli pada tabel 3 dapat diketahui bahwa terjadinya fluktuasi pembeli di Latika Beautycare dari bulan Januari 2021 sampai dengan Desember 2021. Dimana pembeli terendah terjadi pada bulan Mei dengan 115 pembeli. Hal ini menggambarkan bahwa adanya penurunan minat beli konsumen terhadap produk Latika Beautycare, dikarenakan pada saat bulan itu banyak nya produk – produk skincare lainnya. Dengan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk LatikaBeautycare”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat di identifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Ketidaksesuaian kualitas produk latika beautycare yang mengklaim hanya menggunakan bahan-bahan alami
2. Daya tahan produk Latika beautycare yang tidak bisa dipakai dalam jangka yang panjang
3. Harga yang ditawarkan Latika Beautycare Mahal
4. Ketidaksesuaian Harga Latika Beautycare yang mahal dengan kualitas produknya yang menggunakan bahan kimia.
5. Kurangnya keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan SOP.
6. Terjadinya fluktuasi pembelian pada Latika Beautycare.
7. Kurangnya konsumen merefensikan produk Latika Beuatycare ke konsumen lain.

C. Pembatasan Masalah

Mengingat begitu banyak permasalahan yang harus diatasi, agar penelitian ini dapat membahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, Perlu adanya pembatasan masalah. Berdasarkan Identifikasi masalah yang ada, Penelitian ini lebih memfokuskan pada pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan kualitas pelayanan terhadap

keputusan Keputusan pembelian ulang kecantikan Latika Beautycare di Kota Bogor.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan Keputusan pembelian ulang kecantikan pada pelanggan Latika Beautycare di Kota Bogor?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan Keputusan pembelian ulang kecantikan pada pelanggan Latika Beautycare di Kota Bogor?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan Keputusan pembelian ulang kecantikan pada pelanggan Latika Beautycare di Kota Bogor?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan Keputusan pembelian ulang kecantikan Latika Beautycare di Kota Bogor?

E. Tujuan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menentukan arah penelitian dan dapat diprediksi tindakan apa yang akan dilakukan, sehingga hambatan yang mungkin timbul dapat dikurangi, Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan Keputusan pembelian ulang Latika Beautycare
2. Untuk Mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan Keputusan pembelian ulang Latika Beautycare
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan Keputusan pembelian ulang Latika Beautycare.
4. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan Keputusan pembelian ulang Latika Beautycare.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Penelitian Bagi Peneliti
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai pemahaman tentang kualitas produk harga, dan kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian ulang.
 - b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan di dunia bisnis.

2. Manfaat Penelitian Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan atau rekomendasi bagi Latika Beautycare Bogor untuk menjalankan bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan objek penelitian. Dan memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan Keputusan pembelian ulang kecantikan sehingga dapat menjadi masukan bagi Latika Beautycare.

3. Manfaat Penelitian Bagi Universitas

Memberikan tambahan perbendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan keputusan pembelian ulang.

4. Manfaat Penelitian Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah pengetahuan, informasi sekaligus bahan acuan untuk perbandingan penelitian serupa.

G. Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan menyelesaikan penelitian ini, maka penulis menuliskan sistem penelitian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN :

Pada bab ini penulis menjabarkan mengenai latar belakang masalah yang Menjadi tema penelitian, penulis menjelaskan mengenai identifikasi Masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan Penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA :

Pada bab ini menjelaskan landasan teori digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian, seperti pengertian kualitas produk, harga, Kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian ulang, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN :

Dalam bab ini menguraikan tentang lokasi penelitian, aspek-aspek yang diteliti, metode penelitian, desain penelitian, populasi, dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN :

Gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, pembahasan.

BAB V : Kesimpulan dan Saran