

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

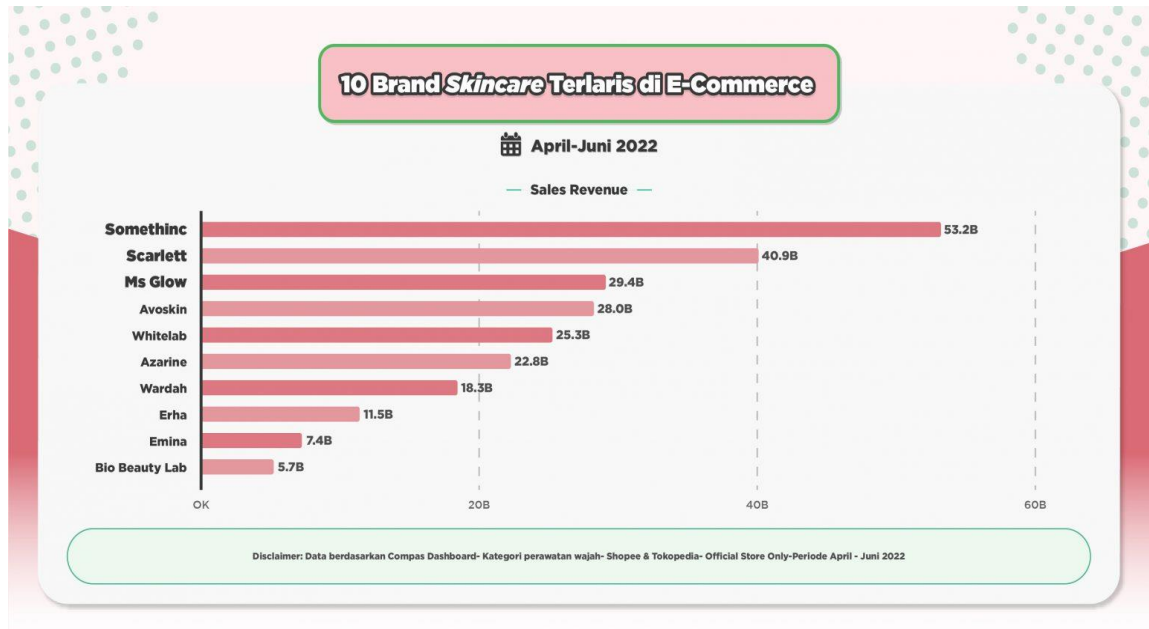
Dalam era globalisasi yang sedang terjadi, dunia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Globalisasi memberikan pengaruh yang cukup besar dalam berbagai sektor, baik dalam sektor teknologi, sosial, budaya, ekonomi, dan lain-lain. Adanya kemajuan dari beberapa sektor tersebut mulai menimbulkan perubahan pada gaya hidup kebanyakan masyarakat. Dapat dilihat dari perubahan pola perilaku masyarakat yang mulai mengikuti dunia barat serta perilaku hidup konsumtif. Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi, ditambah dengan mulai memasuki era ekonomi kreatif, dunia industri pun semakin berkembang. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang mulai mendirikan usaha-usaha baru.

Dengan banyaknya usaha baru yang mulai dirintis oleh sebagian besar masyarakat, membuat persaingan antara usaha-usaha tersebut semakin ketat. Hal ini membuat para pebisnis harus pandai dalam memilih bidang yang sekiranya berpotensi untuk dibutuhkan dan menarik minat konsumen. Industri yang semakin berkembang salah satunya adalah dibidang kecantikan, baik itu *makeup* maupun *skincare*. *Skincare* adalah produk yang digunakan untuk merawat kulit. Di zaman sekarang, mayoritas masyarakat terutama wanita, menganggap kecantikan merupakan hal penting yang harus diperhatikan. Karena dengan terlihat cantik, dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka. Oleh karena itu, produk *skincare* dianggap sudah mulai menjadi bagian dari gaya hidup.

Dengan berkembangnya industri kecantikan terutama *skincare*, banyak sekali merek-merek baru yang mulai bermunculan. Hal ini dapat mengakibatkan persaingan semakin ketat dipasaran. Persaingan bisnis yang melibatkan beberapa merek dari industry tersebut, membuat produsen-produsen berusaha untuk mengembangkan produknya. Pengembangan produk dilakukan berdasarkan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini dapat dimulai dari pengembangan varian bahan baku, kegunaan, dan lain-lain.

Selain itu, perubahan gaya hidup konsumtif juga mempengaruhi pergerakan industri kecantikan di Indonesia dengan munculnya merek-merek baru. Di Indonesia sendiri sudah banyak merek-merek *skincare* lokal yang berdiri di bidang kecantikan. Salah satu nama merek *skincare* lokal yang ada di Indonesia yaitu Somethinc.

Somethinc merupakan produk *skincare* yang mengedepankan kualitas produknya. Somethinc didirikan pada tahun 2019 dibawah naungan PT. Royal Pesona Indonesia oleh Irene Ursula sebagai *founder* dan Benny Yahya selaku *co-founder*.



Gambar 1.1 Data Skincare Terlaris

Sumber: Kompas.co.id

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa, produk Somethinc menduduki posisi pertama sebagai merek yang paling laris atau diminati di e-commerce. Data diatas menunjukkan bahwa Somethinc berhasil mendapatkan penjualan sebesar 53,2 miliar dalam kurun waktu kurang lebih 2 bulan. Hal tersebut merupakan suatu yang dapat dibanggakan karena merek tersebut dapat dibilang masih cukup muda dalam menguasai pasar. Produk Somethinc memiliki kualitas yang bagus dibandingkan dengan *skincare* lokal lainnya, serta kualitasnya yang tidak kalah dengan merek luar negeri maupun barang impor. Somethinc merupakan merek *skincare* lokal yang diminati oleh banyak orang, karena Somethinc memiliki varian produk yang banyak dan berkualitas. Varian produk Somethinc diantaranya Pembersih wajah, *Sunscreem*, *Serum*, *Toner*, *Exfoliating Toner*, dan masih banyak lagi. Selain itu, produk Somethinc memiliki berbagai varian sesuai dengan tipe jenis kulit para konsumennya. Somethinc juga menggunakan bahan-bahan yang natural seperti *niacinamide*, AHA, BHA, *glycerin* dan lainnya demi menjaga kualitas produk Somethinc dan kulit para konsumennya. Setiap produk dibuat dan dikembangkan dengan standar kualitas tinggi untuk memastikan bahwa Somethinc memberikan manfaat terbaik bagi konsumennya

Produk Somethinc juga telah terverifikasi memiliki sertifikat halal dan sudah terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Oleh karena itu, produk Somethinc dipercaya oleh para konsumen untuk menjaga bahkan memperbaiki kulit mereka. Hal ini dapat dilihat dengan menggunakan produk skincare Somethinc, kulit menjadi lebih lembab, halus, dengan hal tersebut, merek Somethinc mendapatkan perhatian dari masyarakat luas dan menciptakan citra merek.

Citra merek merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen dalam keputusan pembelian. Citra merek dapat pula diartikan sebagai bentuk pemikiran konsumen yang berkaitan dengan produk dari merek tersebut. Merek Somethinc sudah pasti tergambar jelas di pemikiran para konsumen, bagaimana merek ini menjadi pilihan dengan pengetahuan, pendapat maupun persepsi dari para konsumen yang dapat membantu keberhasilan citra merek dari Somethinc. Keberhasilan citra merek tidak mudah, merek Somethinc harus memiliki asosiasi, dukungan, kekuatan dan keunikan yang menjadi keunggulan dari *brand* ini dan akhirnya selalu menarik hati para konsumen untuk membeli produk dari *brand* Somethinc.

Setiap perusahaan akan terus berusaha untuk menguasai pangsa pasar dan memikat konsumen baru. Oleh karena itu, selain citra merek, kualitas produk juga sangat perlu untuk diperhatikan agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan konsumen. Hal tersebut juga menjadi salah satu langkah dari *brand* Somethinc untuk memenuhi kepuasan konsumennya dengan melakukan penelitian mendalam mengenai masalah kulit yang dialami oleh mayoritas masyarakat Indonesia dan menggunakan bahan atau formulasi berkualitas tinggi untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan konsumen kecantikan di Indonesia. Selalu melakukan peningkatan kualitas, dengan harapan dapat mengoptimalkan proses dan aktivitas melalui seluruh aspek yang sudah diterapkan, serta meningkatkan nilai produk untuk pelanggan. Dengan terpenuhinya harapan konsumen mengenai produk yang dihasilkan, maka konsumen akan merasa puas dan memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap produk.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh ketetapan hati konsumen akan pilihan produk untuk pemenuhan kebutuhan maupun keinginan konsumen dan sangat ditentukan oleh citra merek dan kualitas produk tersebut. Kualitas produk yang disajikan oleh *Brand* Somethinc berupaya menjadi solusi untuk kebutuhan yang diperlukan dan diinginkan oleh konsumen, serta dapat meyakinkan konsumen bahwa kualitas produk dapat mendorong konsumen untuk membeli produk Somethinc.

Kualitas produk yang disajikan dapat dilihat dari bahan baku yang mereka gunakan serta pemilihan kemasan yang dapat menjaga kualitas *skincare* Somethinc. Citra merek merupakan suatu hal yang terbentuk dalam pemikiran konsumen, yang dapat mendorong konsumen untuk membeli suatu produk. Semakin baik citra merek yang terbentuk, maka kemungkinan konsumen untuk membeli produk tersebut tentu akan semakin besar. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk menetapkan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Kasus Konsumen Skincare Somethinc Daerah Depok)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa masalah yang muncul, dapat diidentifikasi oleh peneliti sebagai berikut:

1. Mulai meningkatnya *brand-brand skincare* sejenis yang bermunculan sehingga dirasa dapat terjadi persaingan bisnis yang ketat.
2. Kualitas *brand skincare* sudah cukup bagus, tetapi kualitas *brand skincare* sejenis yang bermunculan dapat menjadi pesaing bagi *brand Somethinc*.

1.3 Batasan Masalah

Terdapat beberapa identifikasi masalah terhadap *brand Somethinc*. Agar tidak terjadi pengembangan penelitian, maka peneliti membatasi masalah agar lebih jelas dan terperinci, batasan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden dikhususkan kepada para wanita berusia 15-29 tahun.
2. Responden dikhususkan bertempat tinggal di Kecamatan Tapos.
3. Responden pernah membeli *skincare Somethinc* minimal 1x pembelian.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah secara parsial citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare Somethinc*?
2. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare Somethinc*?
3. Apakah secara simultan citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare Somethinc*?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah secara parsial, citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian skincare Somethinc.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian skincare Somethinc.
3. Untuk mengetahui apakah secara simultan, citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian skincare Somethinc.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan beberapa manfaat diantaranya:

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah pengetahuan dan melengkapi informasi mengenai citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Untuk merealisasikan pembelajaran yang didapat saat kuliah.
2. Dapat memperkaya teori yang menyokong perkembangan ilmu pengetahuan sehingga berguna sebagai referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar dapat memahami lebih lanjut mengenai skripsi ini, materi-materi yang ada pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tori yang berupa pengertian atau definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel Teknik pengumpulan data, definisi operasional variable dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap memberikan informasi berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan saran yang berisi masukan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam Menyusun penelitian ini.