

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia sangatlah pesat, dengan banyaknya merek lokal yang bersaing dengan produk luar negeri. Pertumbuhan ini didukung oleh beberapa faktor, seperti tren penggunaan produk, berkembangnya *e-commerce* dan kesadaran masyarakat terhadap perawatan diri. Khususnya para wanita yang ingin tampil cantik dan menarik.

Kecantikan merupakan hal yang sangat diinginkan dan menjadi idaman oleh semua wanita. Karena orang yang memiliki wajah cantik dengan kulit yang sehat akan menjadi pusat perhatian, maka setiap wanita menjadikan kosmetik sebagai penunjang kecantikan mereka. Kosmetik ialah produk perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik umumnya merupakan campuran dari beragam senyawa kimia, beberapa terbuat dari bahan sintetis. Menurut Kementerian Kesehatan (Kemenkes), kosmetik adalah bahan atau sediaan yang digunakan pada bagian luar tubuh manusia.

Adapun Jenis kosmetik meliputi krim perawatan kulit, bedak, *kuteks*, perona pipi, perona mata, maskara, *eyeliner*, pensil alis, *concealer*, *foundation*, *BB cream*, *bronzer*, *highlighter* dan lipstik. Keinginan mereka agar tampil cantik dijadikan sebagai peluang emas bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak pada industri bidang kosmetik. Salah satu produk kosmetik yang memiliki banyak peminat adalah lipstik atau pewarna bibir. Bentuk lipstik bermacam-macam yakni ada yang berbentuk padat disebut lipstik dan yang berbentuk cair atau *creamy* disebut *lip cream*. Untuk jenis dan fungsi dari lipstik sendiri sangatlah beragam. Saat ini yang sering digunakan para wanita adalah seperti pelembab untuk melembabkan bibir, satin dan sheer yang membuat bibir berkilau, dan matte yang memberi kesan bibir natural.

Dari beragam jenis lipstik tersebut, lipstik yang paling di gemari saat ini ialah lipstik berbentuk cair atau krim (*cream*) atau *lip cream* dengan tekstur *matte*. *lip cream* ini sangat populer di kalangan anak muda khususnya di kalangan penggemar *Boy Band Seventeen*. Penggemar *Boy Band Seventeen* di Bogor merupakan salah satu target pasar yang potensial untuk *lip cream*. Mereka memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren dan gaya hidup yang dipopulerkan oleh idola mereka. Indonesia memiliki banyak perusahaan lokal atau perusahaan dalam negeri yang menawarkan

produk berjenis *lip cream matte* ini. Tentu dengan nama merek yang berbeda. Berikut adalah tabel yang memuat nama merek dan total penjualan di Indonesia.

Tabel 1.1. Data Brand Lip Cream Lokal di Indonesia 2024

NO.	NAMA BRAND	TOTAL PENJUALAN
1.	Hanasui	18,8%
2.	Implora	12,5%
3.	OMG	10,19%
4.	Wardah	5,6%
5.	Make Over	2,4%

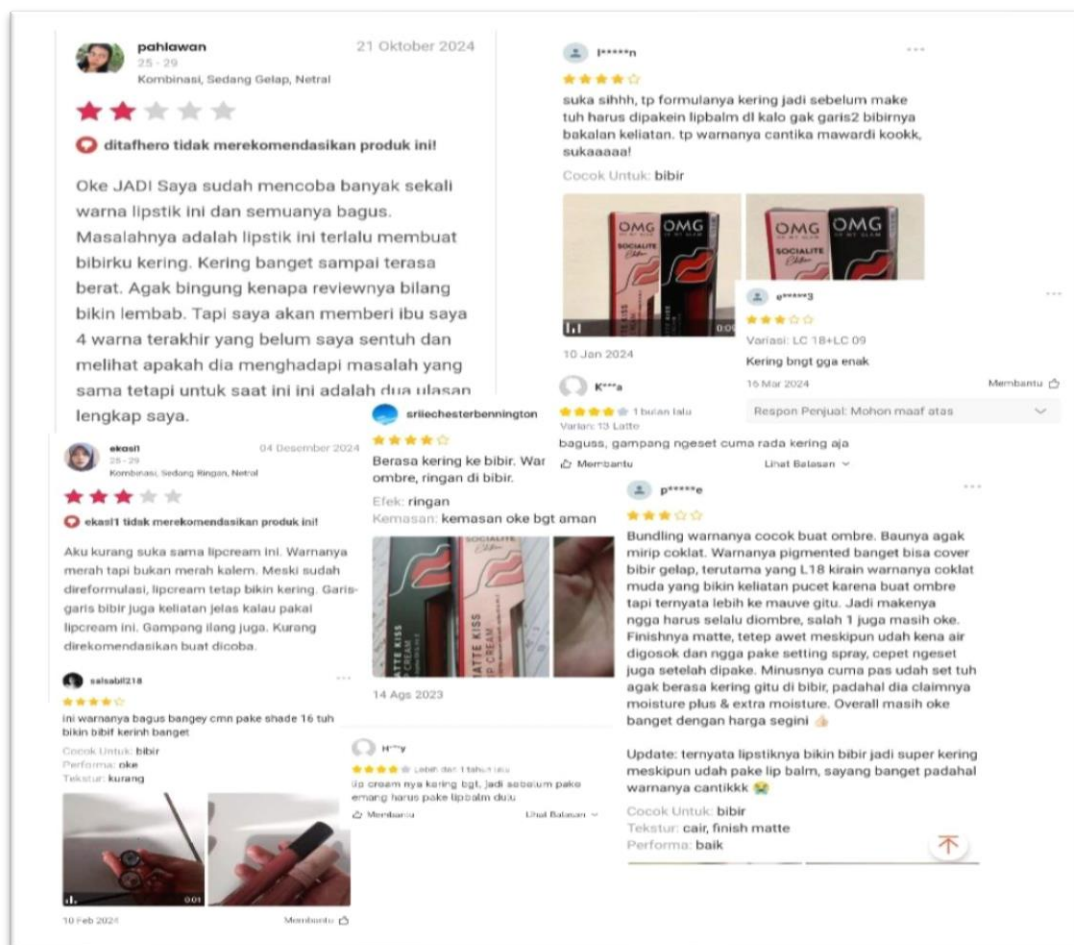
Sumber: Kompas.co.id

Tabel diatas menunjukkan banyak-nya merek *lip cream* yang berbeda-beda sedang beredar di pasar Indonesia. Dan hampir semua perusahaan kosmetik dalam negeri juga memproduksi lipstik jenis *lip cream* ini. Belum lagi dengan adanya peredaran lipstik dengan jenis *lip cream* yang asalnya dari luar negeri. Sehingga untuk menghadapi persaingan pemasaran produk *lip cream* dari luar negeri tersebut, perusahaan kosmetik dalam negeri perlu berusaha lebih ekstra dalam menawarkan produknya kepada konsumen dalam negeri. Dari data tabel Kompas.co.id menunjukkan bahwa penjualan paling tinggi ialah Hanasui dengan total penjualan 18,8%, berikutnya Implora dengan penjualan 12,5%, OMG 10,19%, Wardah 5,6% dan Make Over 2,4%. Menurut KBBI arti kualitas produk adalah tingkat baik buruknya sesuatu, kadar atau taraf. Oleh karena itu mempertahankan kualitas produk merupakan salah satu cara perusahaan agar dapat menjaga eksistensinya.

Begitupun dengan Oh My Glam (OMG) yang sudah berdiri pada tahun 2021. OMG merupakan produk dari PT Varcos Citra Internasional (PT VCI). PT VCI merupakan anak perusahaan Paragon Corp yang didirikan oleh Nurhayati Subakat. Paragon Corp menaungi 14 merek lokal seperti Wardah, Make Over, Tavi, OMG, Emina, Putri, dan Kahf. Produk *lip cream* OMG hadir dalam 12 pilihan warna dengan harga terjangkau. *lip cream* OMG ini dengan mudah ditemukan di toko *offline* dan *online* seperti Toko kosmetik, Alfamart, Indomart Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Tiktok.

Lip Cream OMG ini akan selalu mengembangkan produknya agar bisa menjadi yang terbaik bagi para wanita yang ingin tampil cantik. Jika dilihat dari ulasan yang

ada di shopee, tokopedia, dan *web* banyak sekali komentar perihal *lip cream* OMG yang menunjukkan kualitas kurang baik. Seperti pada gambar di bawah ini :



Gambar 1.1 Keluhan Konsumen *Lip Cream* OMG
 Sumber : Ulasan *Lip Cream* OMG (Shopee, Tokopedia dan *Web*)

Sesuai Data tersebut membuktikan bahwa banyak konsumen yang mengeluhkan kualitas *lip cream* OMG. Keluhan tersebut dominan didasari oleh ketidak sesuaian dan ketidak cocokan warna, tekstur *lip cream* yang membuat bibir menjadi kering, mudah hilang saat digunakan. Hal itu menyebabkan konsumen merasa sangat dirugikan dengan keputusan mereka membeli produk tersebut yang kualitasnya tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Konsumen yang merasa produk *lip cream* OMG ini memiliki kualitas yang kurang baik , mereview *lip cream* OMG di shopee, tokopedia dan *web* , serta memberikan komentar yang kurang baik. Dampak dari *review* tersebut adalah konsumen yang berkurang dan menurunnya jumlah pembelian. Sehingga konsumen ragu untuk membeli ulang produk *lip cream* tersebut. Pihak manajemen Oh My Glam (OMG) perlu mengevaluasi *lip cream* yang diproduksi.

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang di atas peneliti memilih judul **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Lip Cream* OMG (Studi Kasus Penggemar *Boy Band Seventeen* di Kota Bogor)**. Peneliti berharap hasil dari penelitiannya dapat diketahui dengan jelas perihal kualitas produk OMG, serta apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Lip Cream* OMG.

12. Identifikasi Masalah

Berikut terdapat beberapa permasalahan pada *Lip Cream* OMG yang diidentifikasi oleh penulis.

1. Banyaknya perusahaan kosmetik di Indonesia menjadikan persaingan menjadi ketat.
2. Warna dari *lip cream* OMG yang tidak sesuai.
3. Adanya *review negative* dari konsumen mengenai *lip cream* OMG yang menyebabkan bibir terasa kering saat digunakan.

13. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, penulis membatasi penelitian pada ruang lingkup berikut :

1. Peneliti memilih *lip cream* OMG sebagai objek yang diteliti.
2. Responden yang dipilih adalah Penggemar *Boy Band Seventeen* di Kota Bogor, dengan minimal jumlah pembelian 1 kali.
3. Responden yang dipilih ialah anggota grup *Whatsapp* Penggemar *Boy Band Seventeen* di Kota Bogor.
4. Responden yang dipilih berusia 18-30 tahun.
5. Peneliti menggunakan kualitas produk sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

14. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas , maka masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk *lip cream* OMG berpengaruh terhadap keputusan pembelian Penggemar *Boy Band Seventeen* di Kota Bogor?.

15. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kualitas dan pengaruh produk *Lip Cream* OMG ini, yang dimana adanya ulasan atau komentar negatif dari konsumen mengenai kualitas produk dari *Lip Cream* OMG. Semoga Hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu bahan pertimbangan evaluasi produk serta untuk menentukan strategi pengembangan bisnis.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Setelah penentuan berbagai aspek penting dalam identifikasi, rumusan, batasan dan maksud penelitian masalah maka penulis merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas *Lip Cream* OMG.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Lip Cream* OMG.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk lebih mudah memahami laporan ini, peneliti merangkai laporan menjadi beberapa bab dalam sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab 1 membahas latar belakang penelitian, identifikasi masalah, ruang lingkup/batasan masalah, perumusan masalah pada *lip cream* OMG, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab 2 berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan tugas akhir, beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian, kerangka konseptual dan hipotesis atau dugaan sementara dari penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab 3 ini membahas tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, Teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan Teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian

dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada di dalam penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab 5 berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini serta saran yang berisi masukan untuk pilihan objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai rujukan buku dan jurnal, yang secara sah digunakan dalam menyusun tugas akhir ini.