

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Industri kecantikan mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan kulit sehingga mendorong banyak perusahaan untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk kecantikan yang berkualitas. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah industri *skincare*. *Skincare* merupakan rangkaian produk perawatan kulit yang berfungsi untuk membersihkan, menutrisi serta mengatasi berbagai permasalahan kulit. Produk *skincare*, termasuk *moisturizer* menjadi salah satu kebutuhan utama konsumen yang mulai memperhatikan kesehatan kulit mereka.

Di Indonesia, tren penggunaan *skincare* mengalami peningkatan yang cukup pesat, terutama dikalangan mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti meningkatnya akses informasi melalui media sosial, promosi dari *beauty Influencer* serta semakin mudahnya mendapatkan produk *skincare* melalui *e-commerce*. Persaingan industri pun semakin sengit, ditandai dengan kehadiran banyak merek lokal dan internasional yang bersaing menawarkan produk berkualitas tinggi. Seperti pada diagram berikut yang menunjukkan pangsa pasar beberapa *brand skincare* di Indonesia.

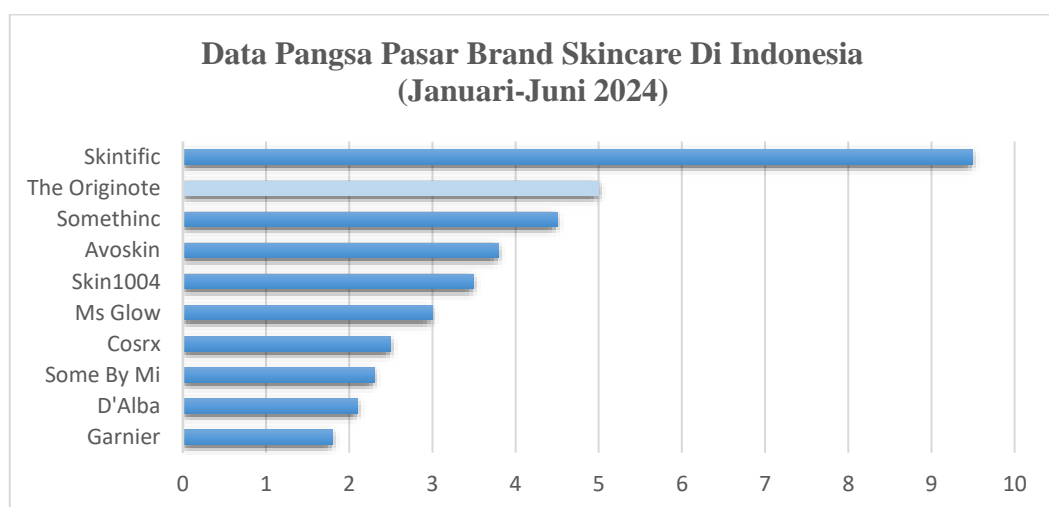


Diagram 1.1 Data Pangsa Pasar *Brand Skincare* Di Indonesia

Sumber : Artikel Databoks

Berdasarkan diagram di atas, terdapat beberapa pangsa pasar atau *market share* dari beberapa *brand skincare* yang ada di Indonesia. Salah satu *brand* lokal yang cukup dikenal di kalangan pecinta *skincare* adalah *The Originote*. *The originote* adalah merek perawatan kulit lokal di Indonesia yang didirikan tahun 2022. Produknya diproduksi oleh PT NAYUE KOSMETIK INDONESIA. Merek ini hadir dengan berbagai produk perawatan kulit yang diklaim memiliki kualitas baik dengan harga yang terjangkau. Seperti pada tabel dibawah ini terdapat beberapa jenis produk *the originote* dan harga jualnya.

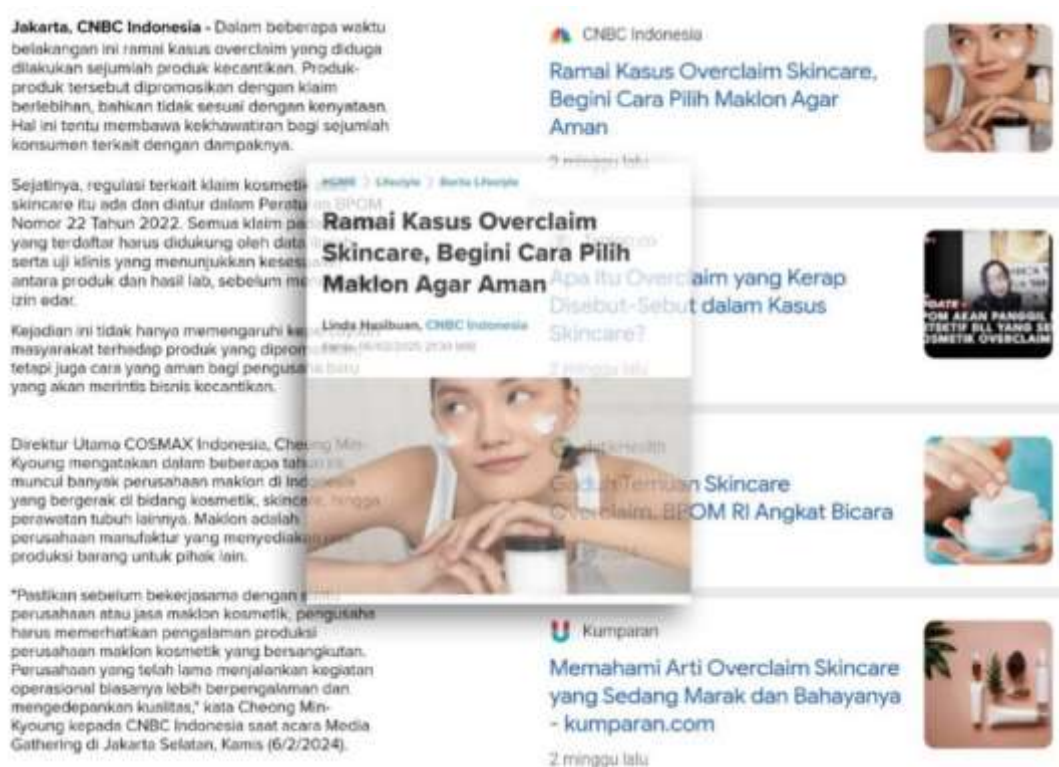
Tabel 1.1 Jenis Produk *The Originote*

No	Nama Produk	Harga
1	Hyalurose Micellar Water 300ml	Rp. 45.000
2	Charcoal Clay Mask	Rp. 33.000
3	High Cover Serum Cushion	Rp. 68.000
4	Eye Lash Serum	Rp. 33.000
5	Clay Stick Mask	Rp. 35.000
6	Hyalucera Moisturizer Gel	Rp. 39.000
7	Acne Serum	Rp. 35.000
8	Facial Cleanser	Rp. 33.000
9	Clarifying Toner	Rp. 33.000
10	Lip Oil Serum	Rp. 33.000
11	Eye Serum	Rp. 34.000
12	Acne Spot Cream	Rp. 27.000

Sumber : Website Official Store *The Originote*

The originote menawarkan berbagai macam produk mulai dari toner, serum hingga pelembab yang diformulasikan untuk berbagai jenis kulit. Salah satu produk unggulannya adalah *moisturizer*, yang diklaim mampu memberikan kelembapan optimal dan menjaga kesehatan kulit. Popularitasnya meningkat berkat strategi pemasaran yang kuat, termasuk penggunaan media sosial sebagai sarana utama dalam menjangkau konsumen.

Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk tidak hanya bergantung pada strategi pemasaran, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas produk itu sendiri. Kualitas produk mencakup keseluruhan unsur dan ciri yang dimiliki oleh barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, baik yang disadari maupun yang tidak disadari oleh konsumen. Kualitas menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas terhadap merek tertentu. Kualitas yang baik akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong pembelian ulang. Sebaliknya, jika kualitas tidak sesuai dengan ekspektasi, konsumen cenderung mencari alternatif lain.



Gambar 1.1. Kasus *Overclaim Skincare* di Indonesia

Sumber : Artikel CNBC Indonesia

Belakangan, muncul kasus *overclaim* dalam industri kecantikan yang mempengaruhi persepsi konsumen. Salah satu kasus yang menjadi sorotan adalah investigasi oleh Dokter Detektif (Doktif). Kasus Doktif adalah Kasus yang viral di media sosial, terutama Tiktok yang melibatkan seorang dokter yang membongkar

klaim produk kecantikan. Doktif adalah individu yang melakukan riset mendalam terhadap komposisi produk *skincare*, membandingkan efektivitasnya, serta mencari bukti ilmiah mengenai klaim yang diberikan oleh produsen. Doktif membongkar klaim produk kecantikan melalui hasil uji laboratorium. Konten-kontennya menunjukkan bahwa beberapa produk kecantikan tidak sesuai dengan janji yang tertera di labelnya. Peran doktif ini sangat berpengaruh dalam membentuk opini konsumen, terutama di era digital yang memungkinkan informasi tersebar dengan cepat melalui media sosial dan *platform* berbagi pengalaman.

Temuan Ini membuat konsumen lebih selektif dan kritis dalam memilih produk *skincare*. Mereka tidak hanya menerima klaim yang disampaikan oleh produsen, tetapi juga mencari bukti ilmiah, ulasan dari pengguna lain serta rekomendasi dari komunitas *skincare*. Kasus Doktif ini juga berpengaruh terhadap penjualan produk *Moisturizer The Originote*, sehingga menyebabkan penurunan penjualan seperti pada tabel berikut.

Tabel 1.2. Data Penjualan *Moisturizer The Originote*

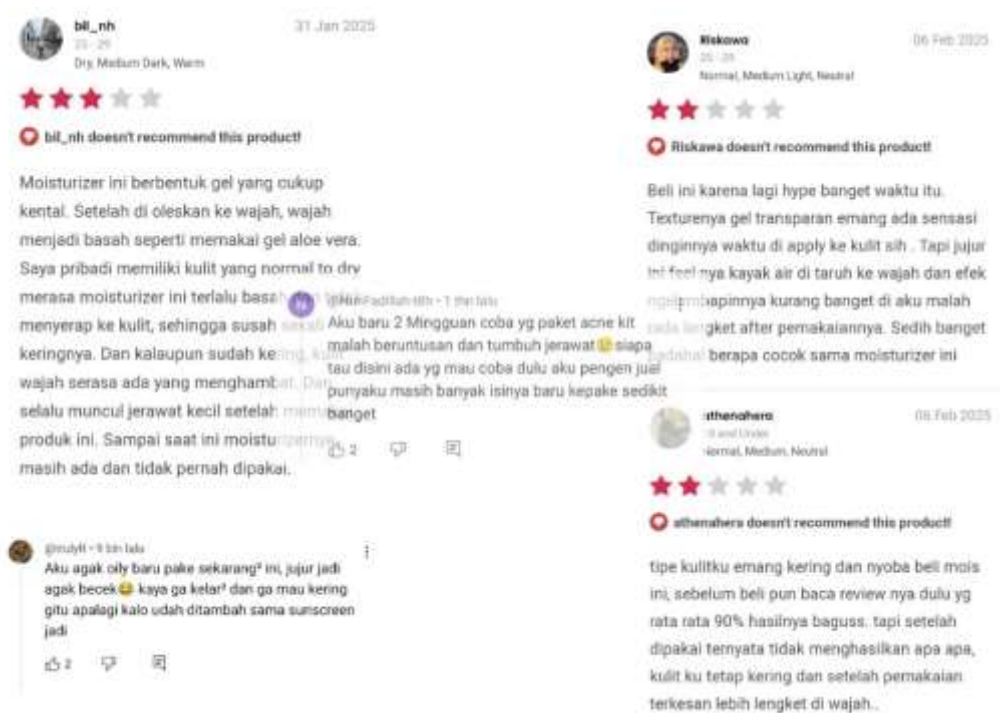
No	Tahun	Jumlah Penjualan
1	2023	638.000
2	2024	207.700

Sumber : Artikel [Compas.co.id](https://www.compas.co.id) (Data Penjualan *Moisturizer The Originote*)

Pada tabel 1.2 di atas menunjukkan adanya penurunan penjualan pada produk *Moisturizer The Originote*, hal ini disebabkan oleh adanya kasus *overclaim*. Dalam konteks ini, *The Originote* perlu memastikan bahwa kualitas produknya dapat memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin selektif.

Kualitas produk *skincare* biasanya dievaluasi dari beberapa aspek, seperti kandungan bahan aktif, efektivitas dalam memberikan manfaat sesuai klaim, keamanan produk hingga pengalaman penggunaan, termasuk tekstur dan aroma. Konsumen cenderung memilih produk yang tidak hanya terbukti efektif dalam mengatasi masalah kulit, tetapi juga aman digunakan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas produknya agar tetap kompetitif di pasar.

Mahasiswa sebagai salah satu segmen konsumen yang aktif dalam penggunaan *skincare* memiliki pola konsumsi yang unik. Mereka cenderung mencari produk yang sesuai dengan kebutuhan kulit, harga terjangkau serta ulasan positif dari pengguna lain. Meskipun *the originote* memiliki popularitas yang tinggi dan banyak digunakan oleh masyarakat, tetapi terdapat beberapa ulasan dari konsumen yang menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap beberapa produknya. Seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.2. Keluhan Pengguna Moisturizer The Originote

Sumber : Ulasan Moisturizer The Originote (Youtube dan website The Originote)

Seperti pada gambar diatas, beberapa konsumen mengeluhkan efek yang kurang sesuai dengan klaim produk, ketidakcocokan dengan jenis kulit tertentu, tekstur yang kurang disukai serta harapan yang tidak terpenuhi setelah pemakaian dalam jangka waktu tertentu. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena calon pembeli cenderung mempertimbangkan ulasan dan pengalaman pengguna lain sebelum melakukan pembelian.

Di era digital saat ini, ulasan dan testimoni dari konsumen sangat berpengaruh

terhadap citra suatu produk. Ulasan negatif yang tersebar di media sosial atau *e-commerce* dapat menurunkan tingkat kepercayaan calon pembeli terhadap produk tersebut. Sebaliknya jika suatu produk banyak memiliki ulasan positif, maka kepercayaan konsumen akan meningkat, yang pada akhirnya akan mendorong keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan *feedback* konsumen dan terus melakukan inovasi agar dapat memenuhi ekspektasi pasar.

Persaingan yang semakin ketat di dunia *skincare* menuntut setiap *brand* untuk memiliki strategi yang tetap dalam mempertahankan konsumennya. Selain menjaga kualitas produk, perusahaan juga perlu memahami perilaku konsumen dalam proses pembelian. Proses ini biasanya melalui beberapa tahapan, dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga akhirnya memutuskan pembelian. Pada tahap evaluasi alternatif, konsumen cenderung membandingkan suatu produk dengan produk lain yang sejenis sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli. Jika suatu produk memiliki kualitas yang lebih unggul, maka kemungkinan besar produk tersebut akan menjadi pilihan utama konsumen.

Maka dari itu, berdasarkan fenomena diatas, peneliti memilih judul pada penelitian ini, yaitu **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Moisturizer The Originote* (Studi Kasus Mahasiswa STIE GICI Business School Bogor)**. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberika pemahaman yang lebih jelas mengenai bagaimana kualitas produk mempengaruhi keputusan pembnelian konsumen serta memberikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas produknya.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, terutama bagi pelaku usaha dalam industri *skincare* agar lebih memahami pentingnya kualitas produk dalam membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi konsumen dalam memilih produk *skincare* yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan meningkatnya kesadaran akan kualitas produk, diharapkan konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan dan memperoleh produk sesuai kebutuhan.

1.2. Identifikasi Masalah

Berikut terdapat beberapa permasalahan yang diidentifikasi penulis pada *Moiturizer The Originote*.

1. Munculnya kasus *overclaim* yang membuat konsumen lebih kritis dalam memilih produk *skincare*.
2. Munculnya keluhan terkait efek yang tidak sesuai dengan klaim produk.
3. Adanya keluhan terkait tekstur produk yang kurang disukai.

1.3. Batasan Masalah

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

1. Peneliti memilih *Moisturizer* sebagai objek yang diteliti.
2. Responden yang dipilih adalah mahasiswa STIE GICI BUSINESS SCHOOL BOGOR, dengan minimal jumlah pembelian 1 kali.
3. Peneliti menggunakan kualitas produk sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

1.4. Rumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *Moisturizer The Originote*?

1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis dan mengetahui kualitas dari *Moisturizer The Originote* serta mengkaji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Moisturizer The Originote* pada mahasiswa STIE GICI Business School Bogor. Dengan memahami hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan konsumen dalam memilih produk *skincare*, khususnya *Moisturizer*

The Originote.

1.5.2 Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui kualitas produk *Moisturizer The Originote.*
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Moisturizer The Originote.*

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, batasan masalah, rumusan masalah pada *Moisturizer The Originote*, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II KAJIAN 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 pihak objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

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