

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kosmetik telah mengalami transformasi dalam beberapa tahun terakhir ini, kemajuan dalam penelitian dan teknologi kosmetik juga membuka peluang untuk pengembangan produk yang lebih aman, efektif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pada saat ini industri kosmetik berhasil mencuri perhatian kalangan masyarakat Indonesia, industri kosmetik sendiri merupakan industri yang bergerak dibidang produksi, distribusi dan penjualan produk-produk kosmetik. Industri kosmetik mencakup berbagai jenis perusahaan, mulai dari produsen besar dengan merek terkenal hingga produsen kecil yang menghasilkan produk kosmetik lokal. Produk kosmetik terdiri dari beberapa jenis produk seperti produk perawatan kulit, *makeup*, produk perawatan rambut, parfum dan lainnya.

Meskipun industri kosmetik telah melakukan peran penting pada kehidupan sehari-hari konsumen masih ada beberapa permasalahan terkait dengan keamanan bahan kimia tertentu seperti praktik uji coba pada hewan. Hal ini membuat masyarakat semakin memperhatikan kandungan dan bahan dari produk-produk kosmetik yang ada. Perusahaan berlomba-lomba menciptakan produk dengan bahan yang alami dan aman untuk digunakan konsumen. Persaingan yang ketat pun terjadi untuk sama-sama memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, persaingan akan berjalan dengan baik jika perusahaan memiliki strategi pemasaran yang tepat. Di Indonesia sendiri produk-produk lokal semakin hari semakin banyak di pasaran, seiring berjalannya waktu produk lokal juga tidak kalah kualitasnya dengan produk-produk *makeup* dari luar negeri. Berikut daftar merek lokal yang ada di Indonesia setelah melihat dari beberapa artikel:

Tabel 1.1 Produk Lokal di Indonesia

Emina (2015)	Madam Gie (2018)
Wardah (1995)	Esqa (2016)
Make Over (2010)	Goban (2016)
Y.O.U (2018)	Secondate (2020)
Rollover Reaction (2016)	SASC (2017)
Purbasari (1993)	Dear Me Beauty (2017)
Somethinc (2019)	SYCA (2019)
Mustika Ratu (1978)	Luxcrime (2015)
Pixy (1987)	Viva (1962)

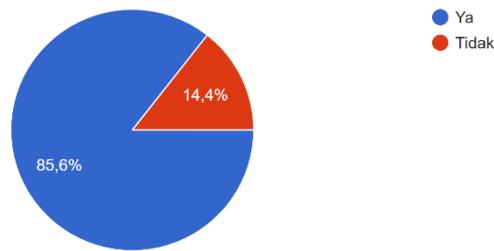
Dari beberapa produk lokal diatas peneliti mengambil wardah sebagai objek penelitian karena perbandingan yang peneliti lakukan dengan membandingkan Wardah dengan produk lokal lainnya seperti Make Over, Somethinc, Y.O.U dilihat dari varian produk, produk wardah lebih banyak varian produk dari pada produk lainnya sedangkan jika dilihat dari sisi harga produk wardah memiliki harga yang terjangkau dan cocok untuk semua kalangan, karena melihat responden yang mengisi kuesioner pre-survei peneliti rata-rata usia 15-29 tahun. Alasan lainnya yaitu karena produk wardah sudah ada kurang lebih 28 tahun dan masih terkenal sampai sekarang.

Wardah merupakan merek kosmetik halal asli Indonesia yang berdiri sejak 1995 di bawah PT. Paragon Technology and Innovation (PT. PTI). Wardah merupakan salah satu kosmetik lokal yang berkomitmen untuk selalu memberi manfaat bagi lingkungan sekitar. Komitmen ini memunculkan filosofi baru wardah, yaitu *Halal Green Beauty*, dengan filosofi ini wardah berupaya untuk menerapkan Halal Green dalam setiap produk yang diluncurkan, *halal green*

beauty yang dimaksud di sini yaitu dengan tidak melakukan uji coba terhadap hewan dan tetap menggunakan komposisi yang aman bagi konsumen serta tetap mempertahankan kualitas serta manfaatnya.

Kualitas produk merupakan salah satu alasan konsumen mempertimbangkan untuk melakukan pembelian. Perusahaan yang menaungi produk Wardah juga memikirkan hal yang sama dengan mengeluarkan produk-produk dengan kualitas yang bagus serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Abi, (2020) Kualitas Produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Wardah merupakan merek kosmetik yang banyak dikenal oleh konsumen karena harga yang terjangkau dan memiliki kualitas yang bagus serta penentuan warna (*shade*) saat menciptakan produk tersebut wardah mengikuti kulit wanita Indonesia sehingga warna produk wardah cocok dengan kulit konsumen Indonesia. Berikut peneliti melakukan survei awal mengenai kualitas produk wardah yang ada dikota Manado yang peneliti jalankan menggunakan kuesioner dengan pertanyaan “apakah menurut anda semua varian produk *makeup* wardah memilik kualitas yang baik”.

Gambar 1.1 Kualitas Produk dari *Makeup* Wardah

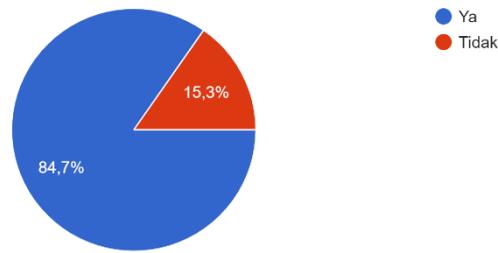


Sumber: *google form*

Dari gambar 1.1 bisa dilihat bahwa terdapat jawaban atas pertanyaan mengenai kualitas produk dari wardah dan 85,6% (95 responden) yang menjawab ya mereka menyetujui bahwa produk makeup wardah memiliki kualitas yang baik, sedangkan 14,4% (16 responden) yang menjawab tidak, itu menunjukkan bahwa kualitas produk yang dimiliki oleh produk wardah di kota Manado memiliki kualitas yang baik melihat dari banyaknya jumlah responden yang menjawab “ya” (menurut responden yang masuk dalam survei saya).

Selain kualitas produk dari wardah, citra merek yang baik dari suatu merek merupakan satu hal yang penting dalam keputusan pembelian konsumen. Abi (2020) juga berpendapat bahwa citra merek merupakan gambaran dari semua tanggapan konsumen yang berbentuk informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut. Selain kualitas produk peneliti juga melakukan pre-survei mengenai citra merek dari wardah yang ada di kota Manado dengan pertanyaan “apakah anda melakukan pembelian produk makeup wardah karena mengetahui reputasi yang baik dan bersertifikasi halal”.

Gambar 1.2 Reputasi yang baik dan bersertifikasi Halal



Sumber: *google form*

Dari gambar di atas, bisa dilihat bahwa ada 84,7% (94 responden) yang menjawab “ya” sedangkan 15,3% (17 responden) yang menjawab “tidak”. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memilih melakukan pembelian dengan melihat reputasi yang baik terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian. Melihat gambar diatas dapat dikatakan bahwa citra merek yang dimiliki oleh wardah di kota Manado memiliki citra yang baik karena ada 94 responden dari 112 responden yang menjawab ya (menurut responden yang masuk dalam survei saya). Selain melakukan pre-survei peneliti juga melakukan beberapa riset mengenai produk wardah, bisa dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.2 Top Brand Indeks kategori perawatan pribadi tahun 2022

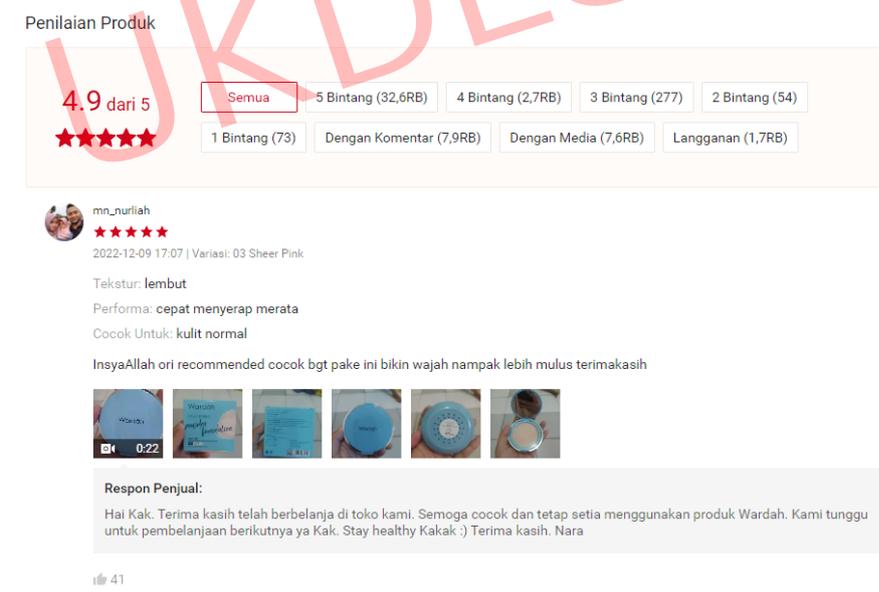
No.	Keterangan	Brand				
		Wardah	Maybelline	Revlon	Pixy	Viva
1.	Lipstik	27.20%	15.80%	8.5%	2.80%	2.40%
2.	Bedak Padat	24.70%	6.80%	-	11.40%	3.30%
3.	<i>Foundation</i>	15.70%	-	25.80%	-	-
4.	Pensil Alis	8.10%	17.50%	5.30%	-	33.40%
5.	<i>Blush On</i>	26.60%	14.00%	5.30%	-	-

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Pada tabel di atas bisa dilihat bahwa setiap produk-produk makeup wardah selalu masuk dalam top brand indeks, itu membuktikan bahwa citra yang dimiliki oleh wardah memiliki citra yang baik sehingga produk-produk dari wardah selalu masuk top brand indeks..

Selain citra merek, kepercayaan merek juga merupakan salah satu hal penting dalam bisnis, karena kepercayaan konsumen akan sebuah merek merupakan hal yang sangat baik bagi perusahaan, dengan adanya kepercayaan dari konsumen perusahaan bisa lebih mudah untuk menawarkan produk kepada konsumen, serta perusahaan lebih mudah untuk mendapatkan informasi kebutuhan serta keinginan dari konsumen sendiri. Kepercayaan merek dari wardah bisa dilihat dari beberapa ulasan yang diberikan konsumen di beberapa *e-commerce official* wardah.

Gambar 1.3 Penilaian Produk Wardah di Shopee



Sumber: *Official Wardah di Shopee*

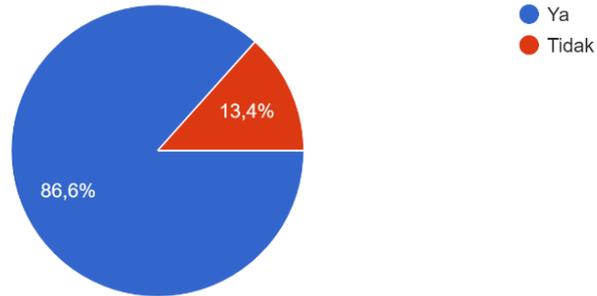
Dari gambar di atas, bisa dilihat ada beberapa ulasan konsumen mengenai produk *makeup* Wardah yang dituliskan melalui kolom komentar. Semakin banyak bintang yang diberikan oleh konsumen maka menunjukkan produk

tersebut bagus, cocok dan konsumen merasa puas dengan produk tersebut sedangkan ulasan dengan bintang yang sedikit menunjukkan adanya ketidakcocokan dengan produk atau pengemasan yang tidak baik. Produk dengan kualitas yang baik dapat menciptakan kepercayaan merek. Pada gambar di atas bisa dilihat bahwa ulasan dengan bintang paling banyak ada 32,6RB sedangkan ulasan yang memiliki bintang sedikit ada 73 orang sehingga menunjukkan kepercayaan merek dari konsumen terhadap produk wardah di shopee cukup baik karena melihat banyaknya ulasan baik yang diberikan oleh konsumen. Ulasan yang baik dapat menimbulkan rasa kepercayaan konsumen dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut dilihat dari ulasan positif yang ada.

Dalam bisnis yang menjadi utama yaitu membuat konsumen melakukan pembelian. Menurut Sutisna & Susan, (2022:21) Proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk juga diawali dengan adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan konsumen. Memiliki kebutuhan dan keinginan yang kuat juga merupakan salah satu ciri konsumen sebelum memutuskan melakukan pembelian. Berikut peneliti melakukan pre-survei mengenai konsumen yang pernah dan belum pernah menggunakan produk wardah dengan pertanyaan kuesioner “apakah Anda pernah menggunakan produk *makeup* wardah” dengan pertanyaan tersebut dimaksudkan agar peneliti mengetahui apakah konsumen di kota Manado paling banyak pernah menggunakan produk wardah atau tidak.

Gambar 1.4 Konsumen yang Pernah menggunakan produk wardah di kota

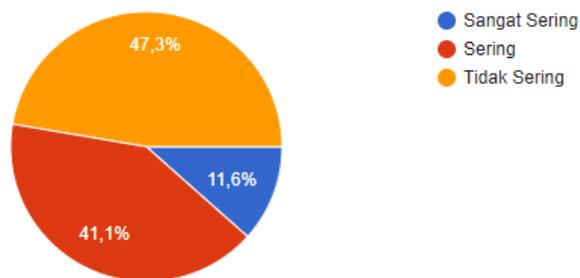
Manado



Sumber: *google form*

Pada gambar bisa dilihat bahwa ada 86,6% atau 97 responden yang pernah menggunakan produk Wardah sedangkan 13,4% atau 15 responden tidak pernah menggunakan produk Wardah. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak konsumen yang menggunakan produk Wardah di Kota Manado, yang berarti Wardah cukup terkenal dan banyak penggunanya di Kota Manado. Selain pernah menggunakan produk wardah peneliti juga melakukan survei dengan pertanyaan “seberapa sering Anda menggunakan produk *makeup* wardah”.

Gambar 1.5 Seberapa Sering konsumen menggunakan produk wardah



Sumber: *google form*

Pada gambar diatas bisa dilihat bahwa konsumen di kota manado dominan tidak sering menggunakan produk wardah, hal ini bisa disebabkan oleh beberapa

faktor seperti kualitas dari wardah, citra merek dan kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. Selain survei menggunakan *google form* peneliti juga melihat beberapa Platform *e-commerce* seperti Shopee, Bukalapak dan Tokopedia untuk mengetahui berapa jumlah produk yang terjual di beberapa *e-commerce* dengan akun *official* wardah. Pada *e-commerce* Shopee dengan produk “Wardah Lightening Powder Foundation” yang terjual: 10RB+ sedangkan pada *e-commerce* Bukalapak jumlah produk yang terjual berjumlah: 3.712 dan pada *e-commerce* Tokopedia jumlah produk yang terjual adalah 6RB+. Data-data tersebut berasal dari platform *e-commerce* dengan akun “Wardah Official”. Melihat banyaknya jumlah produk yang terjual dapat menimbulkan rasa kepercayaan konsumen serta mendorong konsumen melakukan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah konsumen wanita yang ada di Manado melakukan pembelian produk wardah dikarenakan oleh faktor dari kualitas produk, citra merek dan kepercayaan merek, maka dari itu peneliti mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wanita di Kota Manado”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah konsumen wanita yang ada di Manado melakukan pembelian produk wardah dikarenakan oleh faktor dari kualitas produk, citra merek dan kepercayaan merek.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka disimpulkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?
3. Apakah kepercayaan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?
4. Apakah kualitas produk, citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian konsumen
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian konsumen

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa batasan yang telah ditentukan agar supaya bisa membuat penelitian menjadi lebih terfokus, yaitu:

- 1) Batasan penelitian ini berfokus pada Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
- 2) Dibatasi responden hanya untuk perempuan dan berdomisili di Kota Manado.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan kepada pembaca dan peneliti khususnya mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wanita di Kota Manado.

1.6.2 Manfaat Praktis

Semoga penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat menciptakan produk-produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

UKDLSM