

BAB I

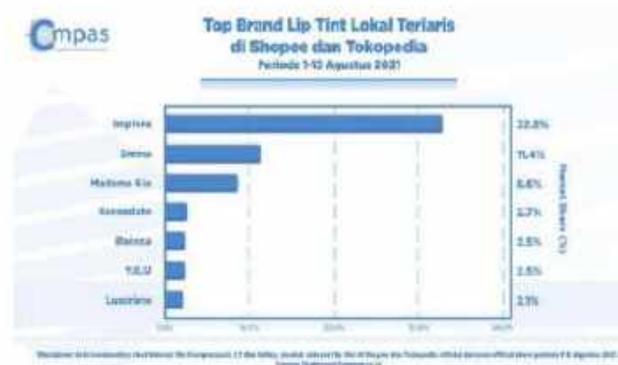
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya produk kecantikan di Indonesia saat ini menjadikan manusia lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Kebutuhan salah satunya adalah kebutuhan akan produk perawatan kecantikan yang sangat dibutuhkan oleh para perempuan, dimana sekarang ini para perempuan dituntut untuk menjadi cantik dari ujung kepala hingga ujung kaki. Oleh sebab itu para perempuan membutuhkan produk perawatan kecantikan rambut, wajah, dan tubuh dengan banyak variasi bentuk dan manfaat yang dimiliki oleh produk kosmetik tersebut untuk mempercantik diri sendiri.

Kosmetik saat ini telah menjadikan kebutuhan manusia yang tidak bisa dianggap sebelah mata lagi, jika disadari bahwa baik wanita maupun pria setiap hari tidak bisa lepas dengan yang namanya kosmetik. Kosmetik saat ini yang menjadi gaya hidup. Gaya hidup yang kini semakin kompleks dianggap dapat meningkatkan kepercayaan diri saat menggunakan kosmetik. Gaya hidup ini tentunya mendorong industri kosmetik di Indonesia. Dengan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 267 juta jiwa dengan populasi 130 jiwa adalah wanita, menjadikan Indonesia pasar menggiurkan produk kosmetik (Pelaku Bisnis,2020). Realita tersebut membuat para pengusaha lokal terus melakukan terobosan-

terobosan baru dalam memenangkan persaingan di industri kosmetik. Persaingan yang ketat dalam industri kosmetik memunculkan para pelaku industri kosmetik yang terus bertambah dari waktu ke waktu (Kontan, 2020). Banyak brand kosmetik baru yang hadir, terlebih lagi beberapa tahun terakhir banyak bermunculan brand kosmetik lokal dengan kualitas yang baik dengan kisaran harga terjangkau tidak heran industri kosmetik lokal semakin berkembang seperti lotion untuk kulit, powder, sabun, sunscreen, serum dan masih banyak lainnya. Dalam hal ini, perusahaan yang berfokus pada produk kecantikan harus mengetahui apa yang sangat dibutuhkan oleh para konsumen tersebut agar perusahaan terkait akan memenangkan persaingan antar perusahaan kecantikan. Mengingat banyaknya macam merek produk kecantikan yang diperjual belikan di Indonesia saat ini, salah satunya adalah produk kecantikan Implora.



Gambar 1 1 Penjualan Kosmetik Implora tahun 2021

Sumber : datacompas 2021

Penjualan kosmetik Implora dari data compas tahun 2021 pada penjualan *brand liptint* lokal terlaris Implora sebesar 32,8 %. Implora *liptint* berhasil menempati peringkat kedua dalam penjualan di Shopee dan Tokopedia. *Brand* Implora merupakan perusahaan kosmetik lokal yang memproduksi kosmetik dengan brand Implora. Implora Kosmetik secara aktif mengikuti trend kecantikan masa kini dan berupaya untuk terus memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan kualitas yang terjaga Implora bisa menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau dan sudah terdaftar di BPOM.

Brand Implora memiliki produk kosmetik, skincare, hingga parfum. Produk kosmetik seperti *lipstick*, *liptint*, *foundation*, *eyeshadow*, pensil alis. Implora Kosmetik percaya bahwa dengan berfokus pada kebutuhan konsumen yakni memberikan produk yang berkualitas, aman, legal dan harga yang terjangkau akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Implora masuk menjadi salah satu nominasi kategori *Magnificent Beauty Brand* dalam penghargaan *Magnificent 11 Awards Fimela*. Membuktikan bahwa Implora *Cosmetics* telah mendapatkan tempat dihati pecinta produk produk lokal.

Tingginya tingkat kehadiran persaingan baik untuk produk serupa maupun produk berbeda, menyebabkan konsumen bertindak selektif dalam melakukan keputusan pembelian. Perkembangan teknologi saat ini memungkinkan calon konsumen lebih

selektif lagi dalam mencari informasi maupun mengonsumsi produk baik barang maupun jasa. Salah satu upaya yang dilakukan Brand Implora agar mampu bersaing dengan brand lainnya ialah melakukan strategi pemasaran menggunakan *celebrity endorser*. *Celebrity endorser* kerap melakukan endorment di media sosial yaitu instagram.

Celebrity endorser berperan sebagai orang yang berbicara tentang produk yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen yang menunjukkan pada produk yang didukungnya Shimp & Andrews (2013:24). Peran *Celebrity Endorser* sangat berpengaruh dalam perkembangan keputusan pembelian kosmetik Brand Implora. Selebritis bisa menjadikan alat pemasaran produk yang sangat penting dalam daya tariknya yang luar biasa dan memiliki banyak penggemar yang sangat banyak. Selebritis memiliki *inner beauty*, kharisma dan kredibilitas. Selain itu selebritis digunakan karena kesohorannya, keanggunannya, ketampananya dan daya tarik fisiknya yang sering mewakili daya tarik yang diinginkan oleh merek yang mereka iklankan.

Menurut P. Kotler & Keller (2012:315), *Brand image* adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Terdapat kecenderungan bahwa konsumen akan memilih produk yang telah dikenal baik melalui pengalaman menggunakan produk maupun berdasarkan informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber. Persepsi konsumen terhadap citra

merek tersebut diperoleh dari hasil informasi dan serta pengalaman yang mereka peroleh dari suatu merek. Oleh karena itu, untuk menjadi perusahaan yang sukses di industri kosmetik, perusahaan kosmetik produk implora harus mampu membangun *brand image* yang positif di benak konsumen dan masyarakatnya guna meningkatkan persepsi masyarakat bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan yang baik dan bereputasi tinggi di industrinya, yang mana pada gilirannya dapat meningkatkan citra perusahaan. Semakin kuat *brand image* di benak pelanggan maka semakin kuat pula rasa percaya diri pelanggan untuk tetap loyal atau setia, terhadap produk yang dibelinya sehingga hal tersebut dapat mengantar sebuah perusahaan untuk tetap mendapat keuntungan.

Faktor lain yang berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat Fitriastuti (2013). Kualitas merupakan hal yang paling mendasar dalam kepuasan konsumen dalam bersaing. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukur perusahaan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi. Kualitas dipahami sebagai faktor pendukung kepuasan konsumen. Kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mengandalkan

kemampuannya untuk menciptakan kepuasan. Konsumen akan merasa lebih puas jika produk yang dibelinya memiliki kualitas yang baik sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Kualitas produk terbukti dapat mempengaruhi citra merek dan keputusan pembelian akan meningkat Nuraini & Maftukhah (2015).

Menurut P. Kotler & Keller (2012) Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan *celebrity endorser*, *brand image* (citra merek) dan kualitas produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Keputusan pembelian ini memiliki peran sangat penting karena dapat memberikan keuntungan bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan produk yang dipasarkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka permasalahan yang dijadikan bahan kajian skripsi ini adalah :

1. Apakah *Brand Image* berpengaruh dalam keputusan pembelian produk kecantikan Implora pada Mahasiswa FEB Universitas Adi Buana ?
2. Apakah *Celebrity Endorser* berpengaruh dalam keputusan pembelian produk kecantikan Implora pada Mahasiswa FEB Universitas Adi Buana ?

3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh dalam keputusan pembelian produk kecantikan Implora pada Mahasiswa FEB Universitas Adi Buana ?
4. Apakah *Brand Image*, *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk berpengaruh dalam keputusan pembelian produk kecantikan Implora pada Mahasiswa FEB Universitas Adi Buana ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok masalah yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai

1. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian pada produk kecantikan Implora pada Mahasiswa FEB Universitas Adi Buana.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian pada produk kecantikan Implora pada Mahasiswa FEB Universitas Adi Buana.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada produk kecantikan Implora pada Mahasiswa FEB Universitas Adi Buana.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada produk kecantikan Implora pada Mahasiswa FEB Adi Buana.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang faktor - faktor seperti *brand image*, *celebrity endorser*, dan kualitas yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan baik teoritis maupun teori yang diperoleh selama berada dibangku perkuliahan

3. Bagi universitas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.