

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap manusia saat ini pasti selalu memperhatikan penampilannya, tidak hanya wanita kaum pria pun juga mulai memperhatikan penampilannya. Banyak orang yang menjaga penampilannya agar tidak ketinggalan jaman, selalu terlihat segar dan menarik. Produk kecantikan adalah hal yang sangat penting guna menunjang penampilan setiap manusia. Hal tersebut terjadi terutama dikarenakan adanya pergeseran tren kecantikan yang menumbuhkan diversifikasi produk kecantikan yang lebih luas serta peningkatan kesadaran terkait kecantikan untuk konsumen pria maupun wanita dalam berbagai kategori umum. Selain untuk menunjang penampilan agar terlihat menarik, produk kecantikan juga berfungsi untuk kesehatan kulit.

Menurut Kementrian Perindustrian saat ini sudah tersebar 760 perusahaan kosmetik di seluruh wilayah Indonesia. Banyaknya perusahaan kosmetik tersebut tak lepas dari bisnisnya yang sangat menjanjikan di karenakan sudah tingginya kesadaran konsumen terhadap pentingnya produk kecantikan bagi kesehatan kulitnya menunjang tingginya minat beli konsumen terhadap produk kecantikan. Tak mengherankan jika sejumlah brand kosmetik asing masuk ke Indonesia, mulai dari Perancis, Korea, hingga Amerika. Produk import sudah menguasai sekitar 50% pasar kosmetik Indonesia. Hal ini membuat para konsumen harus membuat keputusan dalam melakukan pembelian produk-produk

tersebut. Ada banyak pertimbangan yang harus diambil oleh konsumen sebelum melakukan pembelian sebuah produk kecantikan, karena tidak semua produk kecantikan aman untuk digunakan, ada banyak produk yang mengandung bahan berbahaya seperti, merkuri, hidrokinon, steroid, *rhododenol*, kombinasi hidrokinon, kortikosteroid, *retinoic acid* dan zat berbahaya lainnya. Merkuri adalah bahan aktif yang menyebabkan pengelupasan epodermis kulit, dimana pemakaiannya dalam jangka panjang akan mengakibatkan rusaknya fungsi ginjal, sistem saraf dan gangguan dalam psikologis, kelainan fungsi otak pada janin ibu yang sedang mengandung.

Hidrokinon merupakan bahan kimia yang digunakan pada saat melakukan cuci cetak foto dan memiliki fungsi sebagai zat penstabil dalam minyak, cat, pernis serta bahan bakar. Badan POM yang dimiliki oleh Amerika Serikat atau biasa disebut Food and Drug Administration (FDA) mengemukakan bahwa produk pemutih yang dijual bebas hanya boleh mengandung hidrokinon paling banyak hingga 2%. Sementara jika produk dibeli melalui resep dokter spesialis kulit maka paling banyak hanya diperbolehkan mengandung 4% hidrokinon. Penggunaan hidrokinon lebih dari 4% dapat menimbulkan efek samping ruam pada kulit karena terbakar.

Beberapa produk pemutih di Indonesia yang mengandung bahan hidrokinon sempat diperbolehkan beredar dengan kadar yang sama. Pada tahun 2008 berdasarkan Peraturan Kepala Badan POM Republik Indonesia Nomor : HK.00.05.42.1018 yang menjelaskan tentang Bahan Kosmetik, kandungan hidrokinon di dalam produk pemutih tidak boleh digunakan sama sekali. Selanjutnya dalam peraturan tersebut

diumumkan bahwa hidrokinon hanya boleh digunakan oleh tenaga profesional untuk bahan pengoksidasi warna pada pewarna rambut dan cat kuku.

Hiperpigmentasi dapat disebabkan karena penggunaan hidrokinon dalam kadar tinggi, yaitu menggelapnya warna kulit akibat pertambahan kadar melanin. Salah satu contoh hiperpigmentasi adalah melasma atau bercak hitam. Hilangnya pigmen kulit secara keseluruhan akibat matinya sel melanosit, penghasil melanin. Munculnya bercak-bercak putih pada kulit adalah ciri utama vitiligo. Kulit menjadi berwarna biru kehitaman kondisi ini disebut Okronosis eksogen. Faktor yang menyebabkan terjadinya Okrosis eksogen yaitu karena penumpukan *homogentisic acid* (penyakit alkaptonuria).

Bahan yang biasanya digunakan untuk mengurangi peradangan adalah Steroid (*corticosteroid*), contohnya pada kulit yang memerah dan gatal-gatal. Penipisan pada lapisan kulit merupakan salah satu efek samping dari pemakaian steroid pada kulit. Jika kulit menjadi terlalu tipis, seseorang akan lebih mudah mendapatkan luka dan goresan. Penggunaan steroid yang dioleskan secara topikal pada kulit dapat terserap oleh tubuh kemudian ke dalam pembuluh darah. Telangiectasis (pembuluh darah kapiler nampak pada permukaan kulit akibat tipisnya lapisan kulit), jerawat, serta dapat memperlambat penyembuhan luka merupakan efek samping lainnya dari pemakaian steroid pada kulit.

Bahan kimia alami dari kulit pohon birch putih yang berfungsi mengurangi produksi melanin dalam tubuh biasa disebut *Rhododenol*. Badan kesehatan Jepang pernah mengijinkan bahan ini beredar dan digunakan dalam beberapa produk perusahaan kosmetik terkemuka di Jepang.

Namun bahan ini juga telah dicabut oleh pemerintah Jepang karena terbukti berdampak buruk pada kesehatan. Produk yang mengandung *rhododenol* juga sempat dijual di Indonesia, tetapi pada akhirnya ditarik dari pasaran sejak bulan Juli 2013 lalu. Penarikan ini disebabkan oleh berbagai laporan sejumlah konsumen yang mengeluh mengalami bercak-bercak putih pada kulit.

Secara umum dalam pengobatan beberapa masalah kulit seperti hiperpigmentasi (bercak-bercak hitam pada kulit) biasanya menggunakan kortikosteroid dan *retinoic acid*. Tetapi jika dikombinasi dengan hidrokinon, produk tersebut dianggap tidak aman. Dalam jangka panjang dengan kadar yang terlalu tinggi, penggunaannya dapat menyebabkan penipisan kulit dan membuat kulit berubah menjadi merah muda.

Masih ada beberapa masalah yang lain akibat zat-zat berbahaya lainnya yang terkandung didalam produk kecantikan maupun disebabkan oleh kesalahan dalam penggunaan produk di karenakan konsumen belum mengerti cara pemakaian produk kecantikan dengan benar, yaitu timbulnya alergi, munculnya bercak merah, iritasi, gatal-gatal, dan pedih dan masih banyak yang lain lagi. Kasus alergi yang disebabkan oleh penggunaan produk kecantikan yang mengandung bahan berbahaya saat ini sudah sangat banyak. Menurut data yang dikumpulkan oleh Poli Kulit Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Sidoarjo, terdapat 30 kasus baru terkait kesalahan penggunaan produk kecantikan yang menyebabkan timbulnya iritasi pada kulit dan berujung alergi (jawapos.com/2018).

Selama tahun 2018 ini BPOM RI sudah menyita kosmetik ilegal yang mengandung bahan berbahaya senilai 106,9 miliar rupiah (tribunnews.com/2018). Banyak produk kecantikan yang mengandung bahan berbahaya yang masih beredar dipasaran. Oleh karena itu para konsumen diharapkan untuk pintar dan lebih berhati-hati dalam memilih produk kecantikan. Konsumen harus memastikan kembali produk kecantikan yang akan dibelinya terdaftar dalam daftar produk yang teregistrasi oleh BPOM, kandungan produk, dosis, cara pemakaian, fungsi produk, serta tanggal kadaluarsa.

Persaingan yang kompetitif ditunjukkan oleh perusahaan-perusahaan kosmetik dengan mengeluarkan berbagai macam produk, inovasi dan terus meningkatkan kualitas produknya agar menarik minat konsumen serta merupakan beberapa cara demi menciptakan citra merk yang baik di mata masyarakat dan mempertahankan citra merk yang sudah mereka miliki. Seperti yang sudah diketahui, promosi merupakan salah satu alat komunikasi pemasaran untuk memperkenalkan produknya, memberikan informasi tentang produk mengenai manfaat, fungsi serta informasi lain yang dibutuhkan oleh konsumen. Penyampaian informasi yang tepat adalah hal utama yang harus dilakukan oleh perusahaan kecantikan.

Informasi yang di terima oleh konsumen saat ini tidak hanya dari promosi yang dilakukan oleh perusahaan, melainkan informasi yang berasal dari konsumen satu untuk konsumen lainnya. Komunikasi dari mulut ke mulut atau biasa disebut *Word of Mouth* (WMO), dalam komunikasi *Word of Mouth* konsumen akan bercerita tentang pengalamannya menggunakan suatu produk atau jasa tertentu atau sampai

memberikan rekomendasi atas produk atau jasa tersebut. Saat ini banyak sekali *review* dan berbagi pengalaman bahkan ada yang cenderung merekomendasikan tentang penggunaan produk-produk kecantikan yang dilakukan oleh para *influence* dan para *beauty blogger*.

Hal tersebut mempunyai dampak yang sangat besar kepada seseorang karena informasi yang disampaikan dianggap nyata dan jujur, serta informasi yang disampaikan cenderung dapat dipercaya karena mereka sudah menggunakan produk atau jasa tersebut. *Word of Mouth* biasanya akan terjadi secara alami ketika konsumen merasakan manfaat dan kepuasan akan produk atau jasa yang telah digunakan. Kualitas produk merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian terhadap sebuah produk. Setiap perusahaan selalu berusaha dalam hal peningkatan kualitas produknya agar dapat memuaskan konsumen dan produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar. Kualitas produk kecantikan yang baik akan membuat konsumen merasa puas dan mempercayai produk tersebut.

Saat ini produk kecantikan asal korea menjadi salah satu produk dengan minat beli yang cukup tinggi beriringan dengan banyaknya fans KPOP dan KDRAMA di Indonesia. Salah satunya adalah *Nature Republic*. *Nature Republic* merupakan produk kecantikan dengan menggunakan bahan alam murni dengan memboyong salah satu bintang KPOP yaitu EXO sebagai Brand Ambassadorsnya. Menyediakan berbagai pilihan produk kecantikan kepada pelanggan dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang sangat baik. *Nature Republic* aman digunakan karena sudah terdaftar dan mendapatkan ijin dari BPOM. Karena tingginya minat beli para

konsumen saat ini *Nature Republic* sudah membuka 13 gerai yang ada di Indonesia, termasuk di Surabaya untuk memenuhi kebutuhan para konsumennya. *Nature Republic* di Surabaya sudah memiliki 2 gerai resmi yang berada di Pakuwon Mall dan Tunjungan Plaza Mall.

Berdasarkan uraian permasalahan-permasalahan yang ada dan melihat fenomena yang terjadi maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Citra Merk, Promosi, *Word of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan *Nature Republic* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang dapat diuraikan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah citra merk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Nature Republic*?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Nature Republic*?
3. Apakah *word of mouth* berpengaruh keputusan pembelian produk kecantikan *Nature Republic*?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Nature Republic*?
5. Apakah citra merk, promosi, *word of mouth* dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Nature Republic*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh citra merk terhadap terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Nature Republic*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis berpengaruh promosi terhadap terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Nature Republic*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Word of Mouth terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Nature Republic*
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Nature Republic* .
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merk, promosi, *word of mouth* dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *Nature Republic*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan serta pemahaman yang lebih tentang pengaruh citra merk, promosi, *word of mouth* dan kualitas produk
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi perusahaan kecantikan diharapkan hasil penelitian ini sebagai sumbangan pemikiran dalam pengambilan keputusan untuk menciptakan sebuah

citra merk, promosi, *word of mouth* dan kualitas produk yang baik bagi perusahaan yang melayani para konsumen.

- b. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, bahwa penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa secara melembaga merupakan salah satu bentuk kepedulian dan keikutsertaan perguruan tinggi untuk memajukan serta mendorong peningkatan daya saing perusahaan di masa yang akan datang
- c. Bagi mahasiswa peneliti, bahwa hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta berbagai permasalahan yang ada dalam dunia usaha, dan sebagai calon sarjana yang nantinya akan berkiprah di masyarakat mampu memberikan solusi dan cara pemecahan sesuai dengan bidang.

