

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, banyak pelanggan yang mengkhawatirkan produk kecantikan, terutama yang memiliki kulit sensitif. Bahan kimia dan zat umum lainnya yang digunakan dalam kosmetik dapat mengiritasi kulit dan menyebabkan berbagai masalah kesehatan kulit. Namun konsumen harus lebih berhati-hati saat memilih produk kecantikan yang sesuai dengan jenis dan kebutuhan kulit mereka, hal ini sangat penting terutama bagi konsumen wanita. Dalam pasar kosmetik yang sangat kompetitif, sulit bagi bisnis manapun untuk tetap menjadi yang terdepan dan menawarkan produk-produk mutakhir yang memenuhi keinginan dan permintaan pelanggan.

Banyak pilihan sunscreen dipasaran yang memberikan manfaat bagi konsumen dengan menyediakan beragam pilihan yang sesuai dengan preferensi unik dan jenis kulit mereka. Namun, di sisi lain, hal ini juga belum jelas karena untuk menemukan produk yang memenuhi kebutuhan mereka, konsumen harus mengenali berbagai jenis sunscreen yang ada di pasaran.

Kualitas suatu produk dapat ditentukan oleh berbagai factor, termasuk bahan, kemasan, keamanan, dan efektivitasnya. Produk berkualitas tinggi dapat memenangkan kepercayaan pelanggan dan memuaskan mereka. Konsumen menghormati kehadiran perusahaan kosmetik halal yang mendapat izin dari Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama

Indonesia (LP POM MUI), karena memberikan nilai tambah pada produk dan memenuhi harapan konsumen.

Kepercayaan pelanggan sama pentingnya dalam mempertahankan hubungan yang kuat dengan pelanggan seperti halnya kualitas produk, terutama dalam hal loyalitas merek. Pelanggan yang memiliki kepercayaan pada suatu merek cenderung akan tetap menggunakannya dan sering memilih serta menggunakan produknya. Kepercayaan ini perlu dibangun sejak awal dan dapat diakui, tidak bisa diterima begitu saja oleh orang lain atau rekan bisnis.

Kebahagiaan pelanggan juga dipengaruhi secara signifikan oleh kepercayaan. Membangun rasa saling percaya antara perusahaan dengan konsumennya akan membantu menciptakan kemitraan yang jangka panjang. Kepercayaan konsumen terhadap merek Emina berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan dan kecenderungan mereka untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Namun, ketidaksesuaian antara apa yang diterima konsumen dari suatu produk atau layanan juga dapat mengikis kepercayaan.

Pendapat konsumen terhadap merek suatu produk atau jasa dikenal dengan citra merek. Berdasarkan kesan yang terbentuk dalam situasi ini, pelanggan dapat mengevaluasi merek yang digunakan. Persepsi merek yang positif memungkinkan persepsi konsumen yang positif pula. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan dapat dihasilkan dari citra merek yang kuat (Sindarto & Ellitan, 2023).

Jika konsumen senang dengan nilai yang ditawarkan suatu produk atau jasa, kemungkinan besar ia akan bertahan dengan produk atau jasa tersebut dalam jangka waktu yang sangat lama (Bansaleng et al., 2021).

Salah satu perusahaan kosmetik halal pertama di Indonesia, yaitu Emina yang didirikan pada tahun 2015 dibawah naungan PT. Paragan Technology Indonesia (PT. PTI). Emina senantiasa mengutamakan kualitas produknya sebagai bagian dari komitmennya untuk melayani pelanggannya dengan produk yang aman dan halal. Visi Emina adalah mendorong Perempuan untuk berpenampilan menarik sesuai karakternya. Brand Emina telah menciptakan sejumlah kategori produk, seperti make up dan perawatan kulit khususnya *skincare*. Ini merupakan pertumbuhan substansial bagi perusahaan mereka, yang pada awalnya hanya menjual produk make up. Skincare Emina merupakan salah satu produk yang banyak diminati oleh konsumen khususnya kaum wanita.

Berbagai macam produk perawatan kulit, mulai dari *sunscreen, toner, serum, spote gel, moisturizer, sheet mask, face mask, face wash, dan make up remover* tersedia di Emina Skincare. Setiap item dalam rangkaian skincare emina menawarkan keunggulan yang unik. Produk ini dibuat untuk memenuhi berbagai kebutuhan perawatan kulit, seperti memutihkan kulit wajah dan membantu menghilangkan bekas jerawat.

Selain itu, seperti yang ditunjukkan pada produk *sunscreen*, produk emina juga memberikan manfaat dalam melindungi kulit dari sinar UV. Produk ini dimaksudkan untuk berkontribusi dalam melindungi kulit dari efek buruk sinar UV. UVA dan UVB merupakan dua komponen utama sinar matahari yang dapat menyebabkan kerusakan kulit.

Kombinasi SPF (*Sun Protection Factor*) dan PA+++ (*Protection Grade of UVA*) pada *sunscreen* Eminas ini menawarkan perlindungan menyeluruh. Sinar

UVB dapat membakar atau menimbulkan kemerahan pada kulit, sehingga SPF melindungi kulit dari sinar tersebut. Untuk mencegah kerusakan sel kulit yang lebih dalam dan penuaan kulit dini, PA+++ membantu melindungi kulit dari sinar UVA.

YouTube dan TikTok adalah dua situs media sosial populer dimana konsumen dapat menemukan ulasan produk. Mereka menawarkan analisis mendalam terhadap produk kosmetik, termasuk *sunscreen* Emina, melalui streaming langsung dan evaluasi video. Beauty vlogger semakin banyak menggunakan TikTok dan YouTube untuk mengekspresikan pemikiran dan pengalaman mereka dengan berbagai produk. Banyak beauty vlogger terkenal memiliki basis penggemar dan verifikasi akun yang cukup besar, sehingga membuat banyak penggemar dan calon pelanggan percaya diri terhadap rekomendasi mereka.

Seseorang dapat mengamati pengalaman pengguna sebenarnya, hasil produk, dan pendapat orang lain mengenai kualitas dan keunggulan produk ketika mereka menonton ulasan produk di YouTube. Ulasan para beauty vlogger ini mungkin dapat membantu pelanggan dalam menentukan kualitas produk yang tepat dan sesuai dengan selera mereka.

Tabel 1. 1 Review Sunscreen Emina dari Youtuber dan TikTok

No	Media Elektronik	Keterangan
1	YouTube (https://youtube.com/shorts/MCG731p9avU?si=h6PLyzC7Nom6pdjd)	Seorang youtuber bernama Mami Mika mengatakan bahwa Emina Sun Battle SPF 30 PA+++ setelah di aplikasikan ke kulitnya berasa banget alkoholnya nyegrak banget dan membuat kulitnya terasa perih.
2	Tik Tok (https://vt.tiktok.com/ZSFhNyWhG/)	Seorang tiktoker bernama Ushwakhfa mengatakan bahwa Emina SPF 30 PA+++ membuat kulitnya kusam parah, dan jerawat mendem banyak.
3	Tik Tok (https://vt.tiktok.com/ZSFhNfdWA/)	Seorang tiktoker bernama Dellacrystyna mengatakan bahwa Emina SPF 30 PA+++ pada saat awal dipakai teksturnya enak, warnanya putih susu, tapi setelah beberapa minggu teksturnya berubah dan warnanya berubah menjadi kehijauan, kemudian teksturnya menjadi lebih cair dan ada yang menggumpal.

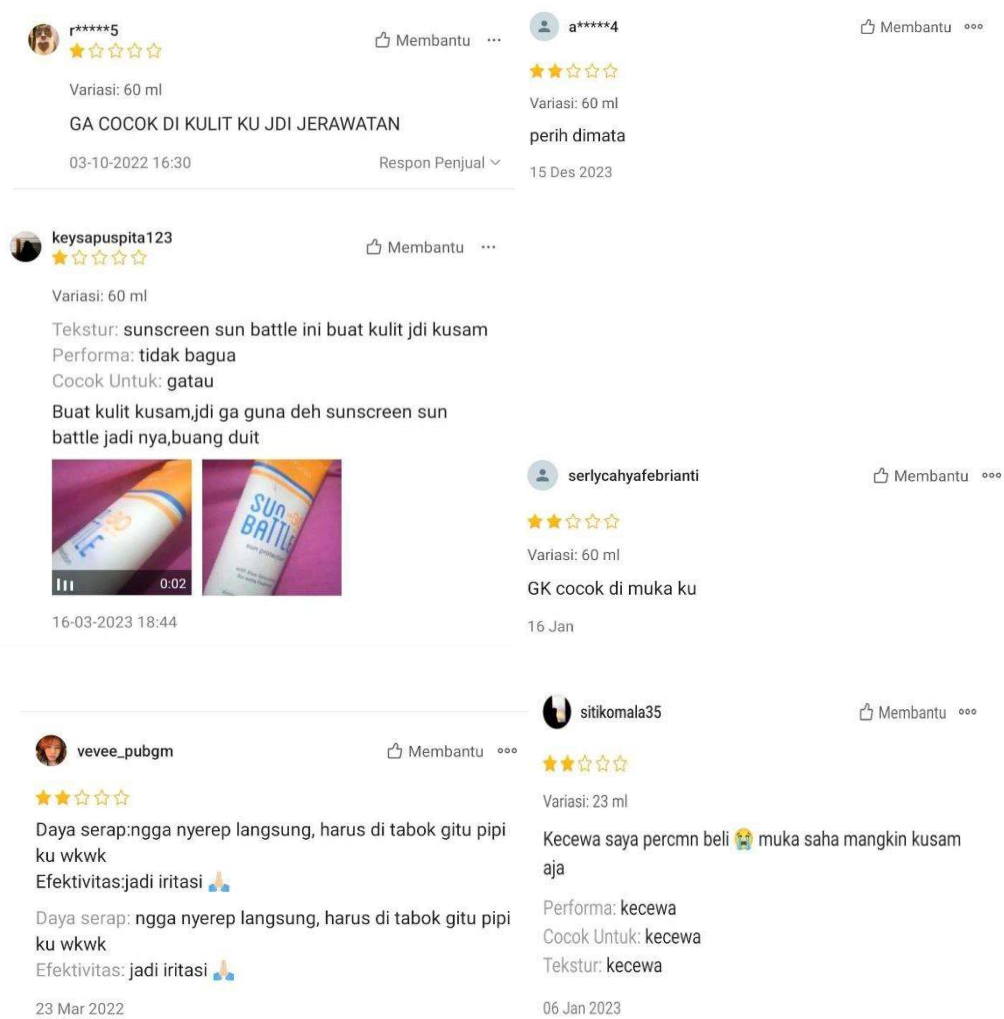
Sumber: Youtube dan TikTok, 2023

Berdasarkan temuan observasi, produk Sunscreen Emina dinilai tidak cocok pada wajah dan menimbulkan rasa sakit jika digunakan pada area yang berjerawat berdasarkan hasil review dari youtuber dan pengguna tik tok. Permasalahan ini dapat menjadi hal utama yang mempengaruhi minat pelanggan terhadap produk perusahaan.

Hasil *survey* menunjukkan ada sejumlah permasalahan pada produk *sunscreen* Emina yang perlu mendapat perhatian. Salah satu faktor terpenting yang menentukan kesuksesan suatu merek yaitu kualitas produknya. saat mengaplikasikan produk *sunscreen* Emina ini ke wajah, akan merasakan teksturnya yang agak cair dan menggumpal. Selain itu, membuat kulit terasa kusam yang tentunya tidak nyaman. Beberapa pelanggan juga mengalami jerawat dan beruntusan setelah menggunakan produk ini, yang merupakan masalah serius yang

dapat berdampak negatif pada kesehatan kulit. Akibat permasalahan tersebut, tingkat kualitas produk *sunscreen* Emina tampaknya tidak memenuhi harapan pelanggan.

Keluhan pelanggan terhadap produk *sunscreen* Emina dari *Emina Official Shop* adalah salah satu contoh yang diberikan. Keluhan ini menunjukkan bahwa pelanggan kecewa atau tidak senang dengan pembelian tersebut.



Gambar 1. 1 Keluhan Konsumen Terkait Produk Sunscreen Emina

Sumber: Emina Official Shop, Shopee

Jika kepercayaan pelanggan terhadap suatu merek dirusak oleh masalah seperti kualitas produk yang buruk atau pengalaman berbelanja yang buruk, maka

kepuasan pelanggan mungkin akan menurun. Pelanggan yang tidak puas atau ragu terhadap produk sunscreen Emina mungkin enggan membeli produk dari Emina lagi atau bahkan memutuskan untuk pindah ke merek lain yang mereka yakini lebih dapat diandalkan. Hilangnya kepercayaan pelanggan dapat berdampak buruk pada penjualan dan bahkan menyebabkan perusahaan kehilangan pangsa pasar, menjadikannya masalah kritis dari sudut pandang komersial.

Berdasarkan 10 *Top Brand skincare* yang dapat dicari pada <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/> pada produk *sunscreen* Emina menempati peringkat ke 9.



Gambar 1. 2 Brand Skincare Produk Sunscreen Tahun 2022

Sumber : <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Berdasarkan gambar 1.2 diatas pada gambar 10 top brand skincare terbaik yaitu Somethinc berhasil memimpin sebesar 53,2%, disusul Scarlett dengan perolehan 40,9%, kemudian MS Glow dengan persentase sebesar 29,4%, Avoskin dengan persentase sebesar 28,0%, Whitelab dengan persentase 25,3%, Azarine dengan persentase 22,8%, Wardah dengan persentase 18,3%, Erha dengan

persentase 11,5%, Emina diperingkat kesembilan dengan persentase sebesar 7,4%, dan terakhir Bio Beauty Lab sebesar 5,7%. Hal ini menunjukkan bahwa dibandingkan merek lain dalam 10 besar kategori top brand skincare, something memiliki persentase peringkat tertinggi. Dibandingkan dengan Something dan produk lainnya, Emina berada di peringkat kesembilan dan memiliki persentase peringkat lebih rendah. Akibatnya, perusahaan ini juga bermasalah dengan citra mereknya. Dimana konsumen masih menanggapi citra merek suatu produk kurang menarik atau kurang disukai.

Ada beberapa masalah dengan *sunscreen* Emina yang harus diperhatikan. Salah satu kelemahannya adalah, meski telah memasuki peringkat ke Sembilan, produk ini tidak mampu menduduki peringkat teratas. Faktanya, penelitian menunjukkan bahwa kualitas *sunscreen* Emina masih menurun meskipun produksinya meningkat.

Sunscreen Emina saat ini menjadi salah satu *sunscreen* untuk perawatan kulit yang paling populer dan banyak digunakan oleh konsumen. Ketika pelanggan memilih untuk membeli kembali barang ini, ada masalah dalam keputusan pembelian. Membeli suatu merek yang menarik bagi pelanggan adalah salah satu tindakan yang terlibat dalam membuat penilaian tentang pembelian ketika produk tersebut disukai atau memenuhi kebutuhan pelanggan. Keputusan pembelian dan niat membeli merupakan dua factor tersebut. Oleh karena itu, untuk memastikan bahwa produk mereka tetap diingat oleh pelanggannya, bisnis dipandu untuk menawarkan barang berkualitas tinggi dan berkualitas baik.

Dari pemahaman latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN EMINA DI KOTA BATAM”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Ada identifikasi masalah yang telah dijelaskan dalam latar belakang, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah

1. Tingkat kualitas produk *sunscreen* Emina yang belum memenuhi harapan pelanggan.
2. Terdapat review negatif terkait kualitas produk Emina.
3. Produk *sunscreen* Emina belum dapat mempertahankan peringkat atau prestasi yang telah dicapainya secara konsisten sehingga citra merk nya masih belum terkenal di masyarakat.
4. Kurangnya kepercayaan pelanggan jika ada masalah atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kenyataan produk atau pelayanan yang berikan.
5. Rendahnya pembelian produk Emina dibanding produk lainnya.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah dan untuk menghindari kesalahpahaman tentang penelitian yang diteliti, maka diperlukan batasan masalah untuk memberikan batasan dan arah pembahasan. Keterbatasan penelitian difokuskan pada kualitas produk (X_1), kepercayaan (X_2), dan citra merek (X_3) sebagai variable independen, keputusan pembelian (Y) sebagai variable dependen.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah peneliti identifikasi dan batasi, berikut adalah rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini :

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Emina di Kota Batam?
2. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Emina di Kota Batam?
3. Bagaimanakah pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Emina di Kota Batam?
4. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk, kepercayaan dan citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Emina di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Emina di Kota Batam?
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Emina di Kota Batam?
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Emina di Kota Batam?
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kepercayaan dan citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Emina di Kota Batam?

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan secara teoritis dapat memajukan pengembangan teori mengenai keputusan pembelian. Temuan penelitian ini dapat menambah pemahaman kita mengenai antara kualitas produk, kepercayaan dan citra merek dengan keputusan pembelian *sunscreen* Emina di Kota Batam.

1.6.2. Manfaat Praktis

Penelitian yang diteliti dapat berfungsi sebagai arah atau pedoman untuk mencapai tujuan bersama dan bermanfaat bagi:

1. Bagi Perusahaan

Temuan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mendalam bagi dunia usaha dan saran untuk meningkatkan kualitas produk, kepercayaan dan citra merek yang lebih baik. Hal ini dapat membantu bisnis dalam membuat keputusan pembelian yang lebih baik dan membina ikatan yang lebih kuat dan bertahan lama dengan pelanggannya.

2. Bagi Pihak Lain

Temuan penelitian dapat menjadi sumber perluasan pengetahuan dan sumber referensi tambahan untuk penelitian ilmiah dimasa depan.