

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman globalisasi yang sedang berkembang cepat ini, sektor bisnis mengalami kemajuan pesat. Hal ini dikarenakan persaingan yang kuat dan ketat diantara para pelaku bisnis di pasar global. Tanpa disadari, mereka berusaha dengan segala cara untuk mempertahankan posisi mereka, dari pengusaha hingga pesaing di pasar global ini. Agar dapat meraih keunggulan dalam kompetisi, suatu perusahaan perlu menjelma menjadi sebuah badan usaha yang terstruktur dan tertata dengan baik. Perusahaan tersebut harus memiliki sistem yang sangat baik, hingga tahap produksi, pengawasan, dan pemasaran dapat dijalankan dengan lancar dan terorganisir dengan jelas. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan di dunia bisnis terus meningkat. Banyak perusahaan yang sukses dalam menciptakan produk unggulan dengan kualitas yang sangat baik. Mereka juga menawarkan harga yang kompetitif untuk produk-produk mereka, yang sudah menjadi favorit di kalangan masyarakat. Selain itu, mereka juga berusaha untuk memperoleh umpan balik dari para pelanggan agar dapat terus meningkatkan kualitas produk mereka. Saat ini, banyak perusahaan memiliki produk yang mirip. Produk yang dapat mencapai tingkat kepuasan yang paling tinggi akan selalu diinginkan oleh konsumen.

Tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin maju mengharuskan kita menjadi sempurna dalam segala aspek, termasuk dalam penampilan. Banyaknya produk kecantikan atau perawatan kulit yang tersedia di

Indonesia disebabkan oleh antusiasme yang tinggi dari para konsumen. Salah satu point penting dalam menjaga kesehatan kulit adalah menggunakan produk perawatan kulit yang berkualitas tinggi. Oleh karena itu, pengguna skincare umumnya sangat hati-hati dan selektif dalam memilih produk yang sesuai dengan jenis kulit mereka. Indonesia memiliki potensi pasar yang menjanjikan bagi pelaku industri kecantikan, baik lokal maupun internasional. Skincare, sebagai salah satu jenis produk kecantikan, saat ini sedang banyak beredar di Indonesia. Berdasarkan hasil penyelidikan para ahli, ada sejumlah besar produk perawatan kulit yang tersedia dan menjadi opsi yang direkomendasikan bagi para konsumen. Banyaknya produk kecantikan atau skincare yang beredar di Indonesia berhubungan dengan tingginya minat dan antusiasme konsumen. Setiap perusahaan pada dasarnya berkeinginan untuk mencapai tujuan organisasi mereka, yang meliputi pencapaian penjualan yang optimal. Setiap perusahaan pasti menawarkan berbagai produk yang dibutuhkan oleh pelanggan, termasuk perawatan tubuh dari kepala sampai kaki. Ada berbagai jenis produk yang tersedia, termasuk produk untuk merawat kulit, tubuh, dan wajah. Terdapat sejumlah beragam produk yang dapat digunakan dalam menjaga kesehatan wajah, salah satunya *moisturizer*. *Moisturizer* merupakan salah satu produk perawatan kulit yang sering digunakan oleh berbagai merek kosmetik dan kecantikan untuk menjaga kelembapan kulit wajah.

Untuk mencapai tahap di mana konsumen membuat keputusan pembelian, ada banyak faktor yang mempengaruhinya. Salah satu faktor utama yang berpengaruh pada keputusan pembelian adalah kualitas produk. Gagasan utama yang harus dibangun oleh perusahaan adalah menciptakan produk atau jasa yang disukai konsumen dengan menawarkan kualitas terbaik. Kualitas produk

merupakan hal yang perlu dijaga untuk memberikan nilai tambah dan juga kepuasan pada setiap produk atau jasa yang di pakai oleh konsumen. Persaingan yang sangat ketat membuat para produsen selalu berupaya meningkatkan kualitas produknya (Dhani & Agustin, 2022). Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas produk yang diberikan. Semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi juga kepuasan konsumen dalam memanfaatkannya.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kewajaran harga. Kewajaran harga adalah cara pandang konsumen dalam mengevaluasi apakah ada perbedaan atau tidaknya harga jual dari penjual dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pihak lain secara adil, dan apakah perbedaan tersebut dapat diterima atau menjadikannya layak (Mustafa & Setiawan, 2022). Harga merupakan faktor krusial yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Itu harus ditentukan dengan cermat. Pada umumnya konsumen sangat sensitif terhadap harga sehingga mudah mempengaruhi sikap dan perilakunya. Perusahaan harus menetapkan harga secara adil agar konsumen tidak merasa dirugikan. Oleh karena itu, penting untuk memahami persepsi konsumen terhadap kewajaran harga. Alhasil, perusahaan tidak kehilangan konsumen jika harga dianggap wajar.

Nilai pelanggan juga dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Nilai pelanggan adalah konsep mendasar dalam bisnis dan pemasaran. Hal ini diperlukan untuk mendorong keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan harus menciptakan nilai pelanggan yang positif. bahwa nilai pelanggan adalah penilaian bersih konsumen atas manfaat yang dirasakan dari suatu penawaran berdasarkan biaya yang bersedia mereka keluarkan untuk kebutuhan mereka. nilai yang dirasakan merupakan penilaian konsumen secara keseluruhan

mengenai kegunaan suatu produk atau jasa berdasarkan persepsi yang diperoleh. Dengan kata lain, Nilai pelanggan adalah penilaian pelanggan secara menyeluruh terhadap kegunaan suatu produk berdasarkan persepsi terhadap apa yang diterima dan apa yang diberikan. Nilai pelanggan adalah penilaian pelanggan secara keseluruhan terhadap kegunaan produk, layanan, dan pengalaman berdasarkan persepsi mereka terhadap manfaat yang diterima (Jumawar & Nurmartian, 2022). Evaluasi nilai pelanggan berperan dalam proses keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan tindakan individu dalam memilih salah satu opsi yang tersedia dan menggabungkan berbagai sikap dan pengetahuan untuk mengevaluasi beberapa pilihan perilaku yang berbeda dan memilih satu di antaranya (Doni Marlius & Mutiara, 2022).

Skintific adalah sebuah *brand* produk perawatan dan kecantikan yang berdiri pada tahun 1957 berasal dari Kanada. Berbagai varian produk yang ditawarkan Skintific. pemilik Skintific adalah Kristen Tveit dan Ann-Kristin Stokke. Keduanya adalah pemilik Skintific yang berpusat di Oslo, Norwegia. Skintific memiliki pandangan untuk industri kecantikan dengan memanfaatkan bahan-bahan murni yang aktif dan teknologi yang lebih canggih untuk menghasilkan produk yang dapat diakses oleh setiap orang yang ingin meningkatkan perawatan kulit mereka. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, Skintific berkomitmen untuk mengembangkan produk perawatan kulit yang terbaik dengan efek yang dapat terlihat secara cepat dan efektif. Skintific merupakan salah satu merek kecantikan yang terkenal di Indonesia. Popularitas ini tentunya berasal dari mutu produk Skintific yang sungguh serius dalam membantu mengatasi berbagai masalah pada kulit. Salah satu produk Skintific yang paling diminati di pasaran adalah moisturizer. Moisturizer Skintific

memiliki lima jenis yang tersedia untuk membantu mengatasi berbagai masalah kulit.

Tabel 1.1 Produk *Skincare Moisturizer Skintific*

No	Nama	Kandungan	Manfaat
1	Skintific <i>Gentle-A Retinol Renewal Moisturizer</i>	Dibuat dengan <i>Encapsulated Retinol</i> dan <i>Time-released Technology</i> serta mengandung <i>Ceramide</i>	Bekerja dengan cepat dan efektif untuk melawan garis-garis halus dan kerutan serta mengencangkan kulit tanpa menimbulkan iritasi.
2	Skintific <i>5X Ceramide Barrier Repair Moisturizer</i>	<i>Ceramide, Hyaluronic Acid, dan Centella Asiatica</i>	Mengatasi permasalahan <i>skin barrier</i> yang rusak seperti jerawat, kemerahan, kulit bertekstur, dan kulit kering dengan cepat.
3	Skintific <i>MSH Niacinamide Brightening Moisture Gel</i>	<i>MSH Niacinamide, Alpha Arbutin dan Tranexamic Acid, Centella Asiatica</i>	Mengurangi hiperpigmentasi, meredakan kemerahan, maupun memperbaiki elastisitas kulit, mencerahkan dan memutihkan kulit.
4	Skintific <i>Truffle Biome Skin Cream Gel Moisturizer</i>	<i>White Truffle</i> dikombinasikan dengan <i>Probiotic Complex</i>	mampu melawan radikal bebas, menghidrasi, mempercepat pembaruan kulit, membantu pemulihan kulit kering serta menghidrasi kulit secara mendalam.
5	Skintific <i>5% Panthenol Acne Calming Water Gel</i>	<i>Ectoin dan Ceramide</i>	Mampu memberikan sensasi <i>cooling</i> yang menenangkan kulit serta membantu melembabkan dan menguatkan <i>skin barrier</i> .

Sumber: momsmoney.id/products/moisturizer, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 diatas bisa dilihat bahwa terdapat 5 varian *Skincare Moisturizer Skintific* dengan kandungan dan manfaatnya sesuai kebutuhan kulit dan dapat membantu mengatasi permasalahan kulit yang sedang di alami. 5 varian *Skincare Moisturizer Skintific* adalah *Skintific Gentle-A Retinol Renewal Moisturizer*, *Skintific 5X Ceramide Barrier Repair Moisturizer*, *Skintific MSH Niacinamide Brightening Moisture Gel*, *Skintific Truffle Biome Skin Cream Gel Moisturizer*, *Skintific 5% Panthenol Acne Calming Water Gel*. Kekurangan produk *Skincare Moisturizer Skintific* adalah beberapa pengguna yang tidak merasakan

perubahan signifikan setelah menggunakan *Moisturizer Skintific* dan adanya reaksi alergi setelah menggunakan produk ini, terutama bagi yang memiliki kulit sensitif. Berikut ini adalah salah satu keluhan pengguna produk *Skincare Moisturizer Skintific*.



Gambar 1.1 Keluhan Pengguna Produk *Skincare Moisturizer Skintific*
Sumber: reviews.femaledaily.com/products/moisturizer, 2024

Tabel 1.2 Perbandingan Harga *Skincare Moisturizer Skintific* Dan MS Glow

No	MS Glow	Skintific
1	<i>Watermelon Hydrating Juice</i> : Rp. 150.000 (30gr)	<i>Ceramide Skin Barrier Repair</i> : Rp 169.000 (30gr)
2	<i>Cactus & Grape Seed Antioksidan Juice</i> : Rp. 150.000 (30gr)	<i>Gentle A Retinol Renewal</i> : Rp 169.000 (30gr)
3	<i>Yuzu Revitalizing</i> : Rp. 150.000 (30gr)	<i>MSH Niacinamide Brightening Moisturizer Gel</i> : Rp 169.000 (30gr)

Sumber: zalora.co.id, 2024

Berdasarkan tabel 1.2 diatas bisa dilihat bahwa terdapat perbandingan harga *Moisturizer MS Glow* dengan *Moisturizer Skintific*. *Moisturizer MS Glow* yaitu *Watermelon Hydrating Juice*: Rp. 150.000 (30gr), *Cactus & Grape Seed Antioksidan Juice*: Rp. 150.000 (30gr), *Yuzu Revitalizing*: Rp. 150.000 (30gr). Sedangkan *Moisturizer Skintific* yaitu *Ceramide Skin Barrier Repair*: Rp 169.000 (30gr), *Gentle A Retinol Renewal*: Rp 169.000 (30gr), *MSH Niacinamide Brightening Moisturizer Gel*: Rp 169.000 (30gr). Dapat disimpulkan bahwa *Moisturizer Skintific* harganya relatif mahal dibandingkan *Moisturizer MS Glow*.

Tabel 1.3 Nilai Pelanggan Terhadap *Moisturizer Skintific*

No	Customer Review
1	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: flex-start;"> <div style="width: 20%;">  <p>ChickenFried20 25 - 29 Combination, Medium Light, Neutral</p> </div> <div style="width: 60%;"> <p style="text-align: right;">07 Feb 2023</p> <p>★ ★ ★ ★ ★</p> <p>🚫 ChickenFried20 doesn't recommend this product!</p> <p>Skintific 5x ceramide ini adalah penyebab kulit aku yang awalnya mulus, jadi gradakan dan bruntusan bahkan jerawat!). Yes, bermula sekitar bulan Agustus 2022. aku memutuskan beli ini karena moisturizer aku habis dan pengen nyoba. dia harganya lumayan pricey untuk ukuran segitu. awal pake dia bagus banget, kaya bikin plump dan lembut. dia juga ngunci minyak di kulit aku. butttt, setelah 5 hari pake, muncul whitehead dan komedo clogged pores di bbrp spot. kata temen aku gacocok, tapi aku gamau stop soalnya harganya pricey. akhirnya ttp ngeyel, pake terus sampe sisa 1/4. Dannn boomm!. Bruntusan dimana mana dan gs berenti berenti. setelah bbrp hari jadi jerawat papule. Sampe sekarang sudah lumayan tapi banyak banget membekas PIH. Mungkin emang bener oily skin ga cocok sama ceramide. but yeah. udah terjadi mau nyesel sama nangis juga percuma.</p> <p>🕒 Usage Period : 1 week - 1 month</p> <p>📍 Purchase Point : Traditional market</p> </div> </div>
2	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: flex-start;"> <div style="width: 20%;">  <p>imcanoni 25 - 29 Oily, Medium L ight, Warm</p> </div> <div style="width: 60%;"> <p style="text-align: right;">01 Mar 2023</p> <p>★ ★ ★ ★ ★</p> <p>🚫 imcanoni doesn't recommend this product!</p> <p>sedih banget lagi cari moisturizer pengganti lps aku yang cica dikira ini bakal cocok taunya malah bikin muka aku makin berminyak dan somehow pori2 aku makin besar sama texture kulit keliatan banget padahal pas di pakai enakin loh tp greasy lam2</p> <p>🕒 Usage Period : Less than 1 week</p> <p>📍 Purchase Point : sociolla</p> </div> </div>
3	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: flex-start;"> <div style="width: 20%;">  <p>ayeleen 25 - 29 Combination, Medium Light, Neutral</p> </div> <div style="width: 60%;"> <p style="text-align: right;">21 Sep 2023</p> <p>★ ★ ★ ★ ★</p> <p>✅ ayeleen recommends this product!</p> <p>setelah pakai ini selalu komedooan, agak perih dan panas juga meskipun dipake saat kulit dalam kondisi ga abis exfoliasi. isinya dikiiit banget ☐ gatau apanya yg bikin ga cocok tapi definitely doesnt work for me ☐ dijadiin skin prep sebelum makeup harusnya oke juga nih</p> <p>🕒 Usage Period : 1 month - 3 months</p> <p>📍 Purchase Point : Shopee</p> </div> </div>
4	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: flex-start;"> <div style="width: 20%;">  <p>Tamanampo_ananda 25 - 29 Oily, Medium L ight, Warm</p> </div> <div style="width: 60%;"> <p style="text-align: right;">20 Jul 2023</p> <p>★ ★ ★ ★ ★</p> <p>🚫 Tamanampo_ananda doesn't recommend this product!</p> <p>Awal beli karna keracunan tiktok dan liat review org2 kayanya bagus . Setelah pemakaian 2 hari terlihat perubahannya , kulit jauh lebih halus dan minyak wajah terkontrol bgt. Jadi lebih lembab tapiiiiiii sayang diwajahku jadi timbul jerawat gede berranah gitu ☐ sedih bgt . Padahal suka bgt sm texturnya . Ringan dan lembab . Jadi ga semua yg viral itu cocok yah 🤔</p> <p>🕒 Usage Period : Less than 1 week</p> <p>📍 Purchase Point : Lazada</p> </div> </div>

5	 <p>dreansti 25 - 29 Combination, Medium Dark, Neutral</p> <p>★★★★★</p> <p>dreansti doesn't recommend this product!</p> <p>[EDIT] Ternyata bikin kulitku breakout 😭 jerawat muncul bergantian di spot yg gapernah jerawat sblnnya (di antara hidung dan bibir, pipi kanan). Tp di adekku masih cocok diaaa. ----- [INITIAL REVIEW] Akhirnya menemukan moisturizer yg bersahabat buat kulitku, dan buat adekku yg umur 16 tahun! totally worth the hype. Awalnya nyoba yg travel size dulu, dan akhirnya memutuskan buat beli yg full size, meski agak pricey (130rbn) tp menurutku bisa dipake lama sih. Mantuls</p> <p>🕒 Usage Period : 1 month - 3 months</p> <p>📍 Purchase Point : Guardian</p> <p>06 May 2023</p>
---	--

Sumber: reviews.femaledaily.com/products/moisturizer, 2024

Dilihat dari data yang tertera pada tabel di atas, terlihat adanya penilaian pelanggan yang terkait dengan keluhan konsumen mengenai kualitas produk Skintific, yaitu *5X Ceramide Barrier Repair Moisture Gel Moisturizer*. Jelas sekali, evaluasi yang diberikan oleh pelanggan dalam bentuk keluhan bisa mempengaruhi pilihan pembelian konsumen di masa mendatang.

Karena hasil penelitian berbeda, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Dalam situasi ini, peneliti merasa terdorong untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kewajaran Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Di Kota Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah penelitian yang sudah dijelaskan dalam latar belakang, dapat diringkas sebagai berikut:

1. Adanya beberapa keluhan dari kualitas produk yang menyebabkan kulit meradang, berjerawat, membuat kulit wajah menjadi berminyak, terasa panas dan gatal pada wajah.
2. Harga produk *Skincare moisturizer* Skintific dinilai relatif mahal dibandingkan kompetitornya.

3. Adanya beberapa nilai pelanggan yang kurang baik terkait dengan produk *Skincare moisturizer Skintific*.
4. Kualitas produk *Skincare moisturizer Skintific* tidak memiliki dampak perubahan yang signifikan bagi beberapa pengguna, harga produk *Skincare moisturizer Skintific* relatif mahal dan nilai pelanggan terhadap *Skincare moisturizer Skintific* masih berdampak negatif dalam penggunaan. Ketiga masalah ini berpengaruh pada keputusan pembelian.

1.3 Batasan Masalah

Disusunlah batasan permasalahan didalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Masyarakat milenial yang menggunakan produk skincare skintific di Kota Batam menjadi subjek penelitian ini.
2. Dalam penelitian ini, variabel independen meliputi kualitas produk, kewajaran harga, dan nilai pelanggan, sementara variabel dependennya adalah keputusan pembelian.
3. Lokasi penelitian berada di wilayah Kelurahan Sungai Pelunggut Kecamatan Sagulung, Kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen *Skincare Skintific* di Kota Batam?
2. Bagaimanakah pengaruh kewajaran harga terhadap keputusan pembelian konsumen *Skincare Skintific* di Kota Batam?
3. Bagaimanakah pengaruh nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian konsumen *Skincare Skintific* di Kota Batam?

4. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk, kewajaran harga dan nilai pelanggan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen *Skincare Skintific* di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen *Skincare Skintific* di Kota Batam.
2. Untuk menganalisis pengaruh kewajaran harga terhadap keputusan pembelian konsumen *Skincare Skintific* di Kota Batam.
3. Untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian konsumen *Skincare Skintific* di Kota Batam.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kewajaran harga dan nilai pelanggan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen *Skincare Skintific* di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki dua manfaat teoritis, yaitu:

1. Meningkatkan dan mengembangkan pemahaman, strategi, sudut pandang yang netral, kemampuan menulis yang teratur dan terstruktur dari seorang peneliti.
2. Sebagai panduan sumber referensi untuk mengevaluasi perpustakaan universitas pada masa yang akan datang.

1.6.2 Manfaat Praktis

Ada manfaat praktis yang dapat penulis simpulkan, yakni:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk, menetapkan kewajaran harga, serta meningkatkan penilaian yang diberikan pelanggan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Diharapkan bahwa hal ini akan memudahkan mahasiswa dalam menyelenggarakan penelitian yang relevan dan membuat tulisan-tulisan untuk tujuan publikasi di masa depan.

3. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menyelesaikan program studi sarjana dengan menggunakan penelitian sebagai cara untuk meningkatkan pemahaman selama masa kuliah.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Studi ini memiliki potensi untuk memberikan bantuan atau mempermudah kemudahan dalam proses penelusuran data yang diperlukan oleh para peneliti berikutnya yang menghadapi situasi serupa.