

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan signifikan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi terus mendorong laju pertumbuhan di berbagai sektor. Salah satu wujud nyata kemajuan ini tampak pada ranah industri teknologi, sistem informasi, dan komunikasi, serta bidang lainnya. Situasi tersebut turut memperkuat tingkat persaingan antarperusahaan. Setiap pelaku bisnis tentu berupaya untuk melampaui kompetitor. Salah satu strategi yang diambil adalah memaksimalkan kemajuan teknologi informasi guna mendorong peningkatan pendapatan sekaligus memperlancar ekspansi bisnis (Bachtiar *et al.*, 2024).

Kemajuan teknologi tidak hanya berdampak pada dunia usaha, tetapi juga memberi pengaruh besar terhadap kehidupan manusia sehari-hari dalam upaya memenuhi kebutuhannya. Sebagian orang meyakini bahwa kebutuhan individu harus terpenuhi, termasuk kebutuhan khusus perempuan yang kerap merasa perlu menjaga penampilan, baik dari segi busana maupun perawatan diri, khususnya wajah. Banyak wanita bersedia merogoh kocek sebesar apa pun demi mendapatkan produk kecantikan yang mampu mewujudkan kulit wajah impian mereka (Yusa *et al.*, 2023).

Perempuan menggunakan produk kecantikan sebagai bagian dari upaya menjaga penampilan diri. Kebutuhan ini membuka celah bagi berbagai sektor untuk berlomba memproduksi dan memasarkan produk kosmetik. Menurut data BPOM, dalam lima tahun terakhir, industri kecantikan mencatat lonjakan pertumbuhan

sebesar 128,7%. Jumlah pelaku industri meningkat dari 1.010 pada tahun 2023 menjadi 1.292 di penghujung 2024. Lonjakan ini turut ditopang oleh geliat produsen lokal yang terus berinovasi dalam menghadirkan beragam produk sesuai permintaan konsumen. Banyak brand lokal kini makin terdorong untuk menciptakan kosmetik berbasis teknologi dan tren terbaru yang selaras dengan gaya hidup masyarakat masa kini (Rasyad, 2025).

Tantangan dalam dunia industri tidak hanya terletak pada sistem produksi atau kemajuan teknologi manufaktur, tetapi juga pada kecakapan perusahaan dalam memasarkan produknya sesuai dengan segmen pasar yang dibidik. Strategi ini ditujukan untuk membangun popularitas produk yang telah dikembangkan, sekaligus mendorong minat beli konsumen agar tujuan bisnis dapat tercapai. Setiap orang melihat dunia dari sudut pandangnya sendiri, yang turut membentuk cara mereka memutuskan membeli suatu produk. Pembelian sering kali terjadi karena adanya ketimpangan antara keinginan pribadi dan pengalaman saat memakai produk atau layanan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami elemen-elemen kunci yang memengaruhi pilihan konsumen (Kusumadewi & Ramadhan, 2024).

Aspek utama yang memengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek. Citra merek merupakan kumpulan memori yang tertanam dalam pikiran konsumen tentang merek, baik dalam bentuk kesan positif maupun negatif, mencakup atribut produk dan manfaat yang dirasakan (Wardani & Maskur, 2022). Persepsi ini mencerminkan bagaimana konsumen menanggapi dan merasakan merek saat mendengarnya atau melihat namanya. Merek yang tangguh tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga fokus pada peningkatan layanan, menjaga mutu, serta menghadirkan beragam pilihan. Strategi ini mendorong terbentuknya loyalitas

pelanggan yang konsisten memilih merek tersebut. Penelitian oleh (Padang *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, temuan berbeda disampaikan oleh (Putri & Yulianti, 2024) yang menyatakan bahwa citra merek tidak memberikan dampak yang berarti terhadap keputusan pembelian.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk menjadi aspek krusial yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena hal ini berkaitan langsung dengan tingkat kepuasan pelanggan (Batubara *et al.*, 2022). Semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin besar pula kepuasan yang dirasakan konsumen saat menggunakannya. Studi dari (Sandra *et al.*, 2023) menunjukkan bahwa kualitas produk berperan besar dalam memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli. Namun, hasil penelitian (Sitorus, 2023) justru menyatakan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah ulasan produk. Menurut (Desmi & Marlien, 2022), Ulasan produk merupakan pendapat konsumen yang menggambarkan pengalaman mereka dalam menggunakan suatu produk atau layanan dari perusahaan. Jika konsumen merasa puas, mereka biasanya tak hanya menggunakan produknya dengan senang hati, tapi juga ikut menyebarkan ulasan positif kepada orang lain. Tindakan ini secara tidak langsung memperkuat strategi pemasaran merek melalui kanal digital dengan jangkauan yang lebih luas dan efisien. Penelitian yang dilakukan oleh (Hutabarat *et al.*, 2023) menerangkan bahwa ulasan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan *et al.*, 2023) menerangkan bahwa ulasan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah fase saat konsumen memutuskan untuk membeli produk atau layanan, dipengaruhi oleh kebutuhan, preferensi, dan situasi yang tengah dialami. Konsumen biasanya mengambil keputusan setelah menimbang berbagai elemen penting seperti citra merek merek, kualitas produk, dan ulasan produk (Sumaryanto *et al.*, 2022).

Produk Skincare hadir dalam berbagai varian yang disesuaikan dengan tipe dan kebutuhan kulit konsumen. Bagi perempuan, perawatan kulit telah menjadi bagian penting dari rutinitas harian. Saat ini, pasar Indonesia dipenuhi oleh beragam merek dan kualitas produk kecantikan serta perawatan wajah. Produk Skincare umumnya diformulasikan dengan bahan ringan dan aman digunakan. Beberapa merek yang populer di kalangan remaja antara lain Glad2Glow, Somethinc, Avoskin, Emina, Scarlett, Pigeon, The Originote, Pixy, Nuface dan masih banyak merek lainnya.

Salah satu produk Skincare yang populer di Indonesia saat ini ialah produk skincare Glad2Glow. Glad2Glow merupakan merek perawatan kulit asal Indonesia yang telah menarik perhatian konsumen sejak kemunculannya. Glad2Glow didaftarkan oleh PT Suntone Wisdom Indonesia, yang berlokasi di Jakarta Barat. Pada kuartal kedua tahun 2023, Glad2Glow berhasil melakukan penetrasi pasar yang signifikan dan menjadi viral di kalangan masyarakat. Keberhasilan ini sebagian besar disebabkan oleh dedikasi mereka dalam memformulasikan produk dengan bahan-bahan aktif dan alami, serta menawarkan harga yang terjangkau. Produk-produk mereka mencakup berbagai kategori, seperti pelembap, serum, dan

masker wajah, yang dirancang untuk melindungi kulit, mencegah jerawat, dan mencerahkan kulit.

Berdasarkan data dari situs Skincarepedia.com, inilah 10 merek Skincare paling populer di Indonesia sepanjang 2024:

Tabel 1.1 10 Skincare Terpopuler Di Indonesia Tahun 2024

Peringkat	Nama Brand
1	Skintific
2	Azarine
3	Avoskin
4	Somethinc
5	The Originote
6	Facetology
7	Nuface
8	Pigeon
9	Hanasui
10	Glad2glow

Sumber: Skincarepedia.com, 2025

Mengacu pada data dalam Tabel 1.1, tercatat sepuluh merek Skincare paling populer di Indonesia tahun 2024. Skintific menempati posisi teratas, disusul Azarine di urutan kedua dan Avoskin di posisi ketiga. Somethinc berada di peringkat keempat, sementara The Originote menempati posisi kelima. Facetology menyusul di peringkat enam, lalu Nuface di posisi ketujuh, Pigeon kedelapan, Hanasui kesembilan, dan Glad2Glow melengkapi daftar di urutan kesepuluh. Dapat disimpulkan bahwa skincare Glad2Glow sudah memiliki tempat di pasar skincare Indonesia, tetapi masih perlu memperkuat citra mereknya agar bisa bersaing dengan merek-merek papan atas.

Glad2Glow menghadirkan beragam produk perawatan kulit, salah satunya adalah pelembap yang dirancang khusus untuk membantu mengatasi berbagai masalah kulit.

Tabel 1.2 Produk Skincare *Moisturizer* Glad2Glow

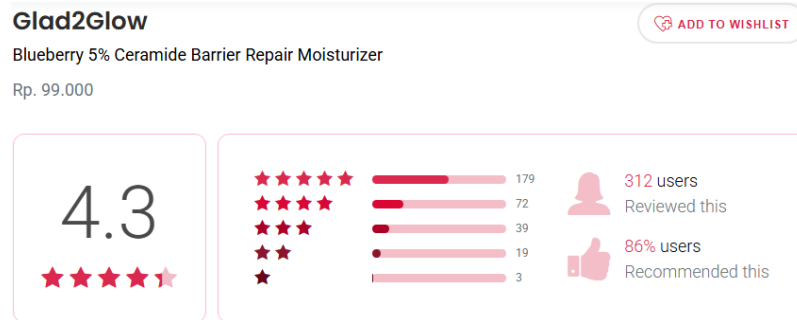
No	Nama	Manfaat
1	Glad2Glow <i>Centella Allantoin Soothing Gel Moisturizer</i>	Membantu meredakan kemerahan, melembapkan kulit, serta mengatasi jerawat. Teksturnya yang ringan dan cepat meresap membuatnya cocok untuk kulit berminyak dan rentan berjerawat.
2	Glad2Glow <i>Blueberry 5% Ceramide Moisturizer</i>	Memperbaiki serta menjaga <i>skin barrier</i> . Cocok untuk kulit kering dan sensitif, <i>moisturizer</i> ini membantu menghidrasi dan meningkatkan kelembapan kulit.
3	Glad2Glow <i>Yuja SymWhite 377 Dark Spot Moisturizer</i>	Menyamarkan bekas jerawat dan noda hitam, mencerahkan kulit kusam, serta meratakan warna kulit. Formulanya ringan, mudah meresap, dan tidak meninggalkan rasa lengket, sehingga dapat digunakan pada pagi dan malam hari.
4	Glad2Glow <i>Pomegranate 5% Niacinamide Brightening Moisturizer</i>	Membantu mencerahkan kulit kusam, meratakan warna kulit, dan melindungi kulit dari radikal bebas serta membantu mengurangi noda hitam dan menjaga kelembapan kulit.
5	Glad2Glow <i>Peach Retinol Moisturizer</i>	Membantu melawan tanda-tanda penuaan dini, menghaluskan tekstur kulit, dan meratakan warna kulit serta mencerahkan serta melembapkan kulit.
6	Glad2Glow <i>Kiwi 3D Acid Acne Moisturizer</i>	Membantu menenangkan jerawat, mengurangi peradangan, dan mencegah munculnya jerawat baru.

Sumber: Glad2Glow.com, 2025

Mengacu pada Tabel 1.2, terdapat lima varian *moisturizer* dari Glad2Glow yang dirancang dengan manfaat berbeda, disesuaikan dengan kebutuhan serta permasalahan kulit pengguna. 5 produk tersebut yakni Glad2Glow *Centella Allantoin Soothing Gel Moisturizer*, Glad2Glow *Blueberry 5% Ceramide Moisturizer*, Glad2Glow *Yuja SymWhite 377 Dark Spot Moisturizer*, Glad2Glow *Pomegranate 5% Niacinamide Brightening Moisturizer*, Glad2Glow *Peach Retinol Moisturizer* dan Glad2Glow *Kiwi 3D Acid Acne Moisturizer*.

Kelemahan produk Glad2Glow berbeda-beda tiap individu, tergantung sensitivitas kulit dan durasi pemakaian. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk masih belum sepenuhnya menjawab ekspektasi pasar. Berikut ulasan untuk

Glad2Glow *Blueberry 5% Ceramide Moisturizer*.



Gambar 1.1 Ulasan *Online*

Sumber: reviews.femaledaily.com, 2025

Berdasarkan Gambar 1.1, persepsi konsumen terhadap produk dapat menjadi acuan penting bagi calon pembeli dalam membuat keputusan. Dengan rating 4.3, produk ini dinilai cukup positif oleh pengguna. Namun, ulasan bernada negatif sering terabaikan, yang justru bisa menimbulkan keraguan bagi calon konsumen. Salah satu produk Glad2Glow *Blueberry 5% Ceramide Moisturizer* memiliki kekurangan yang bervariasi tergantung individu, seperti aroma menyengat, potensi iritasi pada kulit sensitif, dan kandungan silikon yang mungkin kurang cocok bagi sebagian orang. Salah satu keluhan yang disampaikan oleh pengguna Glad2Glow *Blueberry 5% Ceramide Moisturizer* adalah sebagai berikut:



Rezki_Yu
25 - 29
Combination,
Medium, Neut
ral

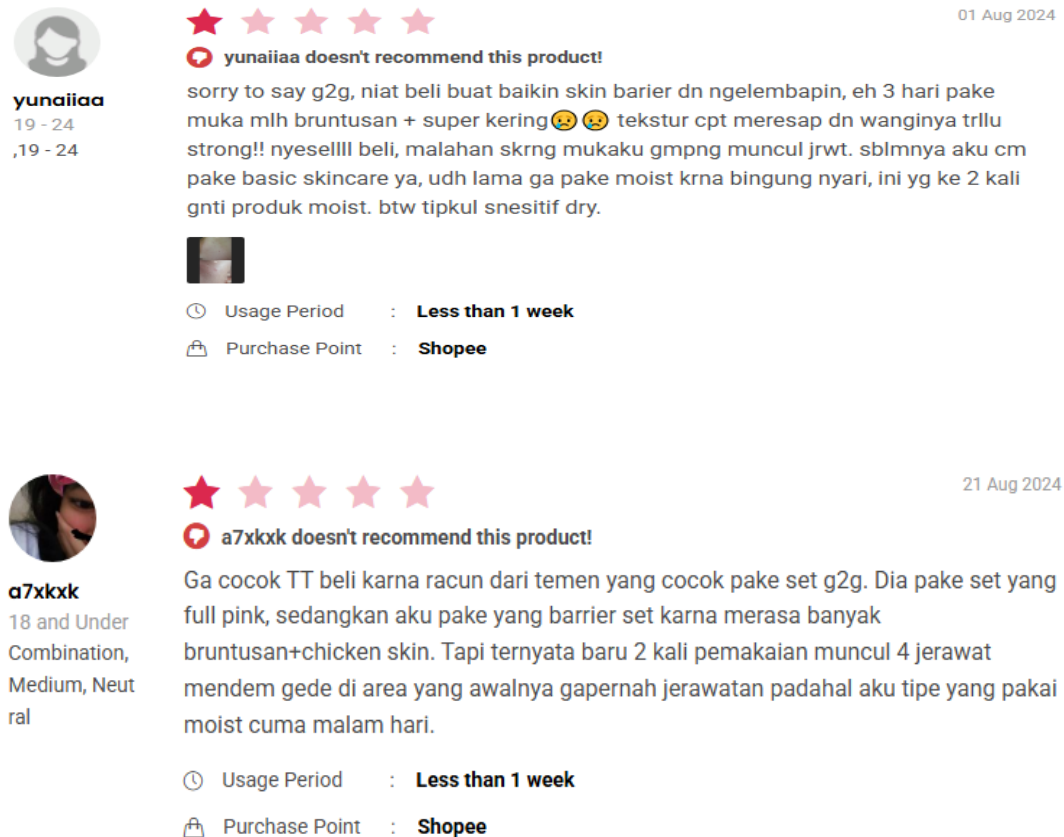
★★★★★

🚫 Rezki_Yu doesn't recommend this product!

Jujur kalau di aku untuk glod2glow varian ini ndak cocok banget. Kulitku awalnya langsung timbul jerawat klu pagi, soalnya aku tipikal pake moisnya malam doang. Ko gatal, bsknya aku coba pake lg pagi2 eh tau2 langsung merah dan gatel banget di bagian pipi dekat mata, malahan smpai bengkak. Sayang banget padahal aku br beli, itupun pemakaian br 2 kali.

🕒 Usage Period : **Less than 1 week**
📍 Purchase Point : **Indomaret**

30 May 2024



Gambar 1.2 Keluhan Pengguna Terkait Kualitas Produk Glad2Glow *Blueberry 5% Ceramide Moisturizer*

Sumber: reviews.femaledaily.com, 2025

Merujuk pada Gambar 1.2 di atas, terlihat bahwa beberapa konsumen memberikan ulasan bintang satu, mengeluhkan Glad2Glow *Blueberry 5% Ceramide Moisturizer* dinilai kurang cocok terutama bagi pemilik kulit sensitif dan kombinasi. Keluhan utama yang muncul adalah jerawat, bruntusan, kulit menjadi kering, gatal, hingga iritasi setelah pemakaian kurang dari satu minggu. Selain itu, salah satu konsumen mengeluhkan aroma produk yang terlalu kuat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk belum sesuai dengan harapan pengguna. Hal ini dapat memengaruhi keputusan pembelian karena konsumen cenderung memilih produk yang terbukti aman dan efektif bagi kulit mereka.

Berikut ini adalah Ulasan negatif tentang produk Glad2Glow *Blueberry 5% Ceramide Moisturizer*:

Tabel 1.3 Ulasan Produk *Moisturizer Glad2Glow*

No	Tanggal	Nama Akun	<i>Customer Review</i>
1	14 Mei 2024	Yoonsource	Teksturnya enak, cepet meresap terus sama sekali ga bikin lengket atau greasy. Tapi sayangnya, setelah aku pake sekitar tiga harian jidat aku jadi beruntusan gitu. Buat efek meredakan rednessnya juga ga terlalu ngefek. Intinya aku kurang cocok sama produk ini, mungkin aja aku kayaknya emang ga cocok ceramide 😞.
2	21 Juni 2024	Diiiunuy	Tbh, ini ga sebagus yang kata orang2 , KELEBIHAN g2g yang ungu ini hidrasinya mantap dan wanginya! kalo MINUSnya di lipatan hidung perih. aku awal pake baguss tapi di pemakaian 3 dan 4 muncul kaya 3 bruntus, aku biarinn soalnya mungkin masi adapt, terus malah makin banyak di pipi😞😞 TERUSS hidungku bnyk bngt komedo saking ga nahan minyak di idung😞😞😞.
3	10 Agustus 2024	DullYouu	Ga cocokk,wajahku yang super sensitif jadi malah tambah timbul jerawat kecil merah gitu. aku coba terusin jadi yang awalnya aku ingin benerin skin barrier jadi jerawat an parah. tapi jujur ini dikulit bikin tekstur nya jadi halus. mungkin yang cocok bakalan bagus yaa.
4	12 September 2024	Devirahgustin11	Aku beli ini bundling gitu waktu live gitu, harganya mah emang ramah kantong bgt. Mau coba cari moist yg katanya oke, tapii aku ga research dulu. Alhasil aku salah ambil jenis moist dan this moist not recommend buat oily skin. Makin berminyak da lemg ofc.
5	13 Desember 2024	Delenaaa	Aku beli ini karena tertarik ada kandungan ceramide. Klaimnya juga melembabkan dan mengurangi kemerahan. Tapi jujur aja, bagi aku yang kulitnya agak kering, berasa kurang melembabkan. Dan klaim

			mengurangi kemerahannya juga engga. Jadi ya aku ga akan beli lagi sih. Karena ya so so. Untungnya ga buat efek jerawat atau hal aneh lain.
--	--	--	---

Sumber: reviews.femaledaily.com/products/moisturizer, 2025

Berdasarkan tabel 1.3 diatas bisa dilihat bahwa terdapat ulasan produk *moisturizer Skincare Glad2Glow* yaitu *Glad2Glow Blueberry 5% Ceramide Moisturizer*. Ulasan tersebut yakni munculnya beruntusan dan jerawat, kurangnya efek melembapkan, aroma yang cukup kuat, serta klaim meredakan kemerahan yang kurang efektif. Tanggapan konsumen berupa ulasan yang memuat keluhan dapat menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan pembelian di kemudian hari.

Mengacu pada isu yang diuraikan dalam latar belakang, peneliti pun terdorong untuk melaksanakan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2Glow Di Kota Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dijelaskan pada bagian latar belakang, berikut sejumlah poin identifikasi masalah yang dapat disusun:

1. Industri skincare lokal mengalami pertumbuhan pesat sehingga persaingan antar merek menjadi sangat ketat, termasuk bagi Glad2Glow untuk mempertahankan posisinya.
2. Citra merek Glad2Glow masih perlu diperkuat karena posisinya yang berada di peringkat ke-10 skincare terpopuler Indonesia.
3. Kualitas produk Glad2Glow belum konsisten, dengan beberapa keluhan seperti muncul jerawat, bruntusan, dan iritasi kulit dari konsumen.

4. Terdapat ketidaksesuaian antara klaim produk dengan hasil yang dirasakan konsumen, seperti efek melembapkan dan meredakan kemerahan yang kurang terasa.
5. Ulasan negatif dari konsumen berpotensi memengaruhi persepsi dan keputusan pembelian calon konsumen lainnya.
6. Strategi pemasaran dan promosi yang kurang efektif dapat menghambat upaya Glad2Glow dalam meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pangsa pasar.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memperjelas fokus dan mencegah perluasan topik yang berlebihan, peneliti menetapkan batasan penelitian sebagai berikut:

1. Fokus penelitian ini terbatas pada produk Skincare merek Glad2Glow.
2. Subjek dalam penelitian ini merupakan pengguna Skincare Glad2Glow yang berdomisili di Kota Batam.
3. Penelitian ini mengkaji variabel bebas berupa citra merek, kualitas produk, dan ulasan produk, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian.

1.4 Rumusan Masalah

Mengacu pada identifikasi masalah yang telah disusun, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam?

3. Bagaimanakah pengaruh ulasan produk terhadap keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam?
4. Bagaimanakah pengaruh citra merek, kualitas produk dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh ulasan produk terhadap keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan ulasan produk memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Terdapat manfaat teoritis penelitiannya ini, yaitu:

1. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber acuan yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya, khususnya yang menyoroti bidang pemasaran dan fokus pada analisis keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di Kota Batam.

1.6.2 Manfaat Praktis

Terdapat manfaat praktis yang dapat disimpulkan oleh penulis, yaitu:

1. Bagi Perusahaan Skincare Glad2Glow

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada perusahaan terkait dampak citra merek, kualitas produk, dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian Skincare Glad2Glow di wilayah Kota Batam.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi, wawasan, dan referensi tambahan terkait pengaruh citra merek, kualitas produk, serta ulasan produk terhadap keputusan pembelian. Nantinya, hasil penelitian ini akan didokumentasikan di perpustakaan Universitas Putera Batam.

3. Bagi Peneliti

Teori yang dipelajari selama perkuliahan diharapkan dapat diterapkan dalam penelitian ini guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh citra merek, kualitas produk, dan ulasan produk terhadap.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bertujuan menggali wawasan baru yang dapat menjadi dasar bagi studi selanjutnya, sekaligus menyediakan referensi, gambaran, dan informasi yang bermanfaat bagi pembaca. Temuan ini juga diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian lanjutan.