

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

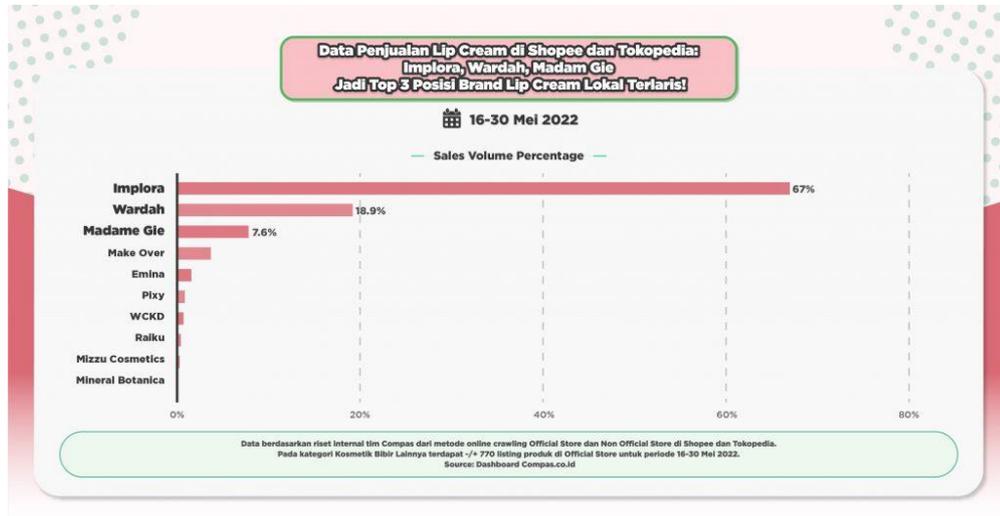
Perkembangan zaman yang selalu berubah dari waktu ke waktu akan membawa seseorang untuk tampil cantik terutama untuk wanita. Tampil cantik adalah suatu kewajiban bagi setiap wanita. Kecantikan di dalam diri wanita akan dapat meningkatkan kepercayaan tersendiri. Wanita akan selalu mempunyai keinginan untuk terus mempercantik diri dari dalam maupun luar sehingga dapat tampil mempesona. Wanita selalu dituntut untuk mempunyai penampilan fisik yang sempurna dan selalu menginginkan untuk tampil yang terbaik serta menarik setiap saat, salah satu cara yang dapat dilakukan wanita untuk dapat menunjang penampilan sehingga tampil mempesona yaitu dengan mengenakan suatu produk kecantikan seperti kosmetik.

Produk kosmetik di Indonesia dengan seiring perkembangan zaman akan menampilkan suatu komposisi yang sesuai menjadi kebutuhan para konsumen. Kosmetik kini menjadi salah satu bisnis sangat menguntungkan. Perusahaan produk kosmetik secara kesadaran akan menciptakan suatu produk yang memiliki kelebihan serta ciri khas tersendiri sehingga membuat produk yang dibuat mempunyai daya tarik berbeda dengan para pesaing. Produk kosmetik diciptakan dengan berbagai kriteria yang berbeda dengan kosmetik yang dibuat untuk kalangan remaja, kalangan dewasa, dan kalangan lanjut usia.

Produk kosmetik yang dapat menunjang penampilan wanita salah satunya adalah produk *lip cream*. Produk *lip cream* merupakan sebuah produk untuk mempercantik bibir, khususnya para wanita. Kosmetik untuk riasan bibir memiliki peranan penting dalam penampilan wanita, dari berbagai banyaknya jenis produk *makeup* bibir, *lip cream* merupakan salah satu produk yang paling favorit untuk wanita. Perusahaan produk kosmetik akan terus-menerus bersaing dan selalu berupaya untuk menciptakan produk yang mempunyai kualitas produk yang bagus sehingga menimbulkan suatu keputusan pembelian yang tinggi. Perusahaan harus dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan para konsumen produk kosmetik. Salah satu unggulan produk kosmetik yang memiliki kualitas baik adalah produk lokal dari *brand Implora*.

PT Implora Sukses Abadi yang berada di Sidoarjo di Jawa Timur, berdiri tahun 2004 yaitu salah satu perusahaan kosmetik lokal yang memproduksi kosmetik yang terdiri banyak jenis produk dengan nama *brand Implora*. *Brand Implora* merupakan salah satu *brand* lokal unggulan dan sebuah *brand* yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Produk Implora dikenal dengan produk-produknya yang berkualitas dan memiliki harga yang terjangkau. Implora menciptakan berbagai produk perawatan diri yang sangat bervariasi yang sudah melalui proses penelitian dan pengembangan secara menyeluruh sebagai kebutuhan konsumen.

Gambar I-1
Gambar I- 1 Data Penjualan Lip Cream di Shopee dan Tokopedia



Sumber: *Compas.co.id*

Gambar I-1 menunjukkan data penjualan bahwa ada 10 *brand lip cream* lokal yang dijual pada *e-commerce* Shopee dan Tokopedia. Data penjualan menunjukkan *brand* Implora, Wardah, dan *Madam Gie* menjadi Top 3 posisi *brand lip cream* lokal terlaris. *Brand* Implora pada periode 16-30 Mei 2022 menduduki peringkat pertama dengan penjualan produk *lipcream* lokal yang terlaris. Penjualan produk *lip cream* dari *brand* Implora menduduki posisi pertama dengan presentase penjualan paling tinggi yaitu 67%. Posisi kedua diduduki oleh *brand* Wardah dengan presentase penjualan 18.9%, untuk posisi ketiga ada produk dari *brand* *Madame Gie* dengan presentase penjualan 7,6%. *Brand* Implora menjadi salah satu *brand lip cream lokal* yang terlaris dalam penjualan produknya.

Keunggulan dari *lip cream* Implora yaitu memiliki banyak varian warna yang cantik dan cocok untuk digunakan oleh para wanita. *Lip cream* Implora mempunyai tekstur yang *creamy* dan *lip cream* Implora juga memiliki tekstur yang ringan saat digunakan sehingga nyaman untuk dipakai, selain itu *lip cream* Implora juga tidak lengket dibibir dan tahan lama sampai 4-5 jam. Keunggulan tersebut menjadi salah satu faktor *lip cream* Implora terlaris dalam penjualannya.

Menurut Petter dan Olson (2013:163) keputusan pembelian merupakan suatu proses integrasi yang dilakukan oleh calon konsumen untuk mengkombinasikan pengetahuan terhadap pilihan dua atau lebih alternatif produk yang ada dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian yaitu suatu perilaku yang dilakukan sesudah konsumen mengetahui kebutuhannya dan menggali suatu informasi serta memilih beberapa alternatif yang tepat sesuai kebutuhan. Peran keputusan pembelian sangat penting bagi perusahaan, ketika banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian maka perusahaan tersebut akan mengalami suatu perkembangan serta kemajuan dalam penjualan produk.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor (Tampinongkol dan Mandagie, 2018). Penulis melakukan survey untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk *lip cream* Implora. Survey awal yang dilakukan oleh penulis dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara tertutup dengan mendapatkan responden sebanyak 40 orang.

Berikut hasil survey awal dalam tabel I-1:

Tabel I-1
Tabel I- 1 Hasil Observasi

Faktor Keputusan Pembelian	Jumlah Responden	Persentase
<i>Word Of Mouth</i>	19	47%
<i>Online Customer Review</i>	10	25%
Kualitas Produk	6	15%
Citra Merek	3	7,5%
Daya Tarik Iklan	2	5%
Total	40	100%

Sumber: Data primer tahun 2022

Berdasarkan tabel hasil survey awal menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang menjadi alasan konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian pada produk *lip cream* Implora. Faktor tersebut yaitu *Word of Mouth* mendapatkan responden 19 orang dengan persentase 47%, *Online Customer Review* mendapatkan responden 10 orang dengan persentase 25%, Kualitas produk mendapatkan responden 6 orang dengan persentase 15%, Citra merek mendapatkan responden 3 orang dengan persentase 7,5%, dan Daya tarik iklan mendapatkan responden 2 orang dengan persentase 5%. Hasil observasi menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen adalah word of mouth, kualitas produk, dan citra merek.

Word of mouth merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Priansa (2017:338) bahwa *word of mouth* merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam mengurangi biaya promosi dan dapat mempengaruhi keputusan konsumen. *Word of mouth* adalah suatu istilah yang biasanya dikenal dengan komunikasi dari mulut ke

mulut. Kegiatan *word of mouth* terbentuk dari suatu persepsi konsumen terhadap suatu produk yang telah digunakan dan menyarankan produk tersebut kepada calon konsumen lain. Konsumen *lip cream* Implora banyak mengungkapkan penilaian terhadap produk *lip cream* Implora, penilaian yang diberikan merupakan penilaian yang positif sehingga konsumen menyarankan untuk melakukan keputusan pembelian produk terhadap orang lain. *Word of mouth* dilakukan oleh orang-orang terdekat di lingkungan sekitar. *Word of Mouth* atau komunikasi mulut ke mulut pada *lip cream* Implora juga dilakukan secara media sosial yaitu melalui aplikasi Tiktok. Konsumen Implora khususnya untuk produk *lip cream* banyak melakukan penyebaran untuk mengungkapkan informasi seputar produk *lip cream* melalui media sosial. Berdasarkan hasil survey para konsumen memutuskan untuk membeli produk *lip cream* Implora dikarenakan mereka sudah mendapatkan suatu informasi dari orang-orang terdekat mengenai produk *lip cream* Implora, sehingga hal tersebut membuat konsumen memutuskan untuk membeli *lip cream* Implora.

Penelitian yang dilakukan Robustin dan Fauziah (2018) kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik. (Kotler dan Keller (2012:143), menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang penting untuk sebuah perusahaan dalam memuaskan konsumen, sehingga perusahaan harus menciptakan suatu

produk yang dinilai mempunyai kualitas yang baik dibandingkan dengan produk dari perusahaan lain. Dikutip dari *brilio.net* bahwa *lip cream* Implora menjadi perbincangan para *beauty vlogger* karena keistimewaannya yang terkenal dengan *lip cream* murah, tapi kualitas mewah. Implora memiliki banyak varian untuk jenis lip produk seperti *lip cream* dan *lip velvet*. Produk *lip cream* ditampilkan dengan bentuk yang kental dan *creamy*, *lip cream* lebih ringan digunakan dibandingkan dengan *lip velvet*. Produk *lip velvet* memiliki tekstur yang sedikit kasar ketika digunakan dan nampak berkilau pada bibir.

Menurut *brilio.net*, *lip cream* Implora mempunyai tekstur yang ringan dan *creamy*. Tekstur ringan membuat para konsumen merasa tidak memakai *lip cream*, sehingga bibir akan merasa nyaman selain itu tekstur yang *creamy* mudah di aplikasikan dan tidak lengket ketika digunakan. Produk *lip cream* Implora memiliki keunggulan pada kualitas produknya, keunggulannya yaitu terhadap ketahanannya *waterproof* dan *transferproof* sehingga akan bertahan lama, produk *lip cream* Implora juga memiliki sedikit kekurangan yaitu bibir akan terasa kering ketika produk sudah diaplikasikan. *Lip cream* Implora memiliki komposisi yang beragam dan memiliki manfaat yang baik untuk bibir, salah satunya yaitu terdapat komposisi *Tocopherol* (vitamin E) yang memiliki peran untuk melembabkan bibir dan *Isododecane* merupakan bahan dalam produk *lip cream* yang memiliki peran untuk memberikan kelembutan. Produk Implora memiliki kualitas produk yang cukup baik sehingga dari hasil survey faktor kualitas produk menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen membeli produk *lip cream* Implora.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian selain *word of mouth* dan kualitas produk yaitu citra merek. Citra merek mempunyai peranan yang penting didalam pengembangan suatu merek. Citra merek berhubungan mengenai sebuah reputasi dan kredibilitas suatu produk yang kemudian akan dijadikan pedoman bagi konsumen untuk mencoba dan mengonsumsi suatu produk atau jasa tertentu. Menurut Kotler dan Amstrong (2016) Citra merek adalah suatu nama dan simbol merek sebagai elemen kunci dalam hubungan perusahaan dan pelanggan. Pada dasarnya merek yaitu cerminan dari sebuah produk. Merek dengan brand lokal seperti Implora merupakan salah satu produk yang dianggap sebagai merek lokal yang diminati, terbukti dengan tingkat penjualan tertinggi. *Lip cream* Implora pada tahun 2021 pernah mengalami *issue* mengenai adanya produk tiruan atau produk palsu untuk *lip cream*, sehingga hal tersebut dapat membuat citra merek terhadap Implora menjadi buruk. Merek Implora sampai saat ini masih dapat mempertahankan citra yang positif melalui kegiatan pemasaran yang kuat untuk produk-produk yang memiliki kelebihan daripada produk pesaing lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada masyarakat Kebumen yang menjadi konsumen produk produk *lip cream* Implora dengan judul penelitian ini yaitu **“Pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora *Urban Lip Cream Matte* (Studi pada Masyarakat Di Kabupaten Kebumen”.**

1.2. Rumusan Masalah

Produk Implora *Urban Lip Cream Matte* merupakan salah satu produk kosmetik lokal yang menjadi produk unggulan. Produk dari *brand* Implora ini dikenal dengan produk-produknya yang berkualitas serta memiliki harga yang terjangkau dikalangan masyarakat khususnya para wanita. Implora *Urban Lip Cream Matte* memiliki banyak varian warna dan tekstur yang *creamy* sehingga menjadi daya tarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang masalah, dapat diidentifikasi permasalahan penelitian ini dalam pengambilan keputusan pembelian produk Implora *urban lip cream matte* yaitu diduga disebabkan oleh beberapa faktor. Hal tersebut disebabkan oleh faktor *word of mouth*, kualitas produk, dan citra merek. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Implora *urban lip cream matte*?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Implora *urban lip cream matte*?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Implora *urban lip cream matte*?
4. Apakah *word of mouth*, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh secara bersama- sama terhadap keputusan pembelian produk Implora *urban lip cream matte*?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan mempunyai ruang lingkup yang jelas, maka ada batasan mengenai permasalahan yang diteliti sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kebumen khususnya wanita yang sudah pernah melakukan pembelian produk Implora *Urban Lip Cream Matte* .

2. Penelitian ini dibatasi terhadap variabel:

a) Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2012), keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan suatu pembelian produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli.

Indikator keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2014), yaitu:

- a. Kemantapan pada sebuah produk
- b. Kebiasaan dalam membeli produk
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- d. Melakukan pembelian ulang

b) *Word Of Mouth*

Menurut Kotler & Keller (2012) *word of mouth* atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan suatu proses komunikasi yang berupa

pemberian saran baik secara individu atau kelompok terhadap produk maupun jasa yang bertujuan memberikan suatu informasi .

Indikator *word of mouth* (Babin Barry, 2014:133):

- a. Cerita Positif
 - b. Rekomendasi
 - c. Ajakan
- c) Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk merupakan suatu keseluruhan ciri secara fitur dari sebuah produk barang maupun jasa yang mempunyai keahlian untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen.

Menurut Tjiptono & Chandra (2012) indikator kualitas produk sebagai berikut:

- a. Kinerja (*performance*)
 - b. Fitur (*feature*)
 - c. Keandalan (*reliability*)
 - d. Daya Tahan (*durability*)
- d) Citra Merek

Menurut Supranto (2011), Citra Merek adalah apa yang dipikirkan atau dirasakan oleh konsumen ketika mendengar atau melihat nama dari suatu merek atau pada hakikatnya apa yang dikatakan konsumen mengenai merek tersebut

Menurut Maulidia *et.al.* (2021) indikator citra merek sebagai berikut:

- a. *Friendly* (Mudah dikenali konsumen)
- b. *Modern* (Tidak ketinggalan zaman)
- c. *Usefull* (Bermanfaat)
- d. *Popular* (Akrab terdengar ditelinga masyarakat)
- e. *Natural* (Keaslian)

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *lip cream* Implora di Kebumen.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *lip cream* Implora di Kebumen.
3. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *lip cream* Implora di Kebumen.
4. Untuk mengetahui apakah *word of mouth*, kualitas produk, dan citra merek secara keseluruhan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *lip cream* Implora di Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat secara langsung maupun tidak langsung.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya terutama dalam bidang pemasaran dan bisa dimanfaatkan dalam memperkaya teori mengenai variabel *word of mouth*, kualitas produk, dan citra merek beserta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian untuk produk *lip cream* Implora.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi untuk perusahaan mengenai informasi terkait faktor apa saja yang menjadi pendorong dalam pengambilan keputusan pembelian produk *lip cream* Implora sehingga dapat meningkatkan penjualan.

b. Bagi Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pemahaman masyarakat dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk khususnya *lip cream* Implora.