

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri kosmetik saat ini sedang berkembang pesat sebagai akibat dari kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat terhadap produk kecantikan. Fenomena ini terlihat jelas terutama di kalangan wanita yang semakin cerdas dalam memanfaatkan kosmetik untuk berbagai tujuan. Mereka tidak hanya menggunakan produk kecantikan untuk mempercantik diri, tetapi juga untuk membangun rasa percaya diri dan meningkatkan penampilan mereka dalam berbagai situasi sosial. Penggunaan kosmetik tidak lagi dianggap sebagai aktivitas yang hanya dilakukan untuk acara khusus, melainkan menjadi bagian dari rutinitas harian mereka. Terlebih lagi kosmetik juga berperan dalam menciptakan kesan pertama yang positif saat bertemu dengan orang lain, baik dalam konteks pertemuan sosial, formal, maupun di dunia maya melalui media sosial. Kosmetik merupakan bahan yang digunakan untuk memberikan efek kecantikan. Kosmetik telah ada sejak ratusan tahun yang lalu, namun di abad ke – 19 kosmetik baru diketahui oleh masyarakat karena manfaat yang diberikan. Kosmein, yang berarti "berhias" dalam bahasa Yunani, adalah asal dari istilah kosmetik.

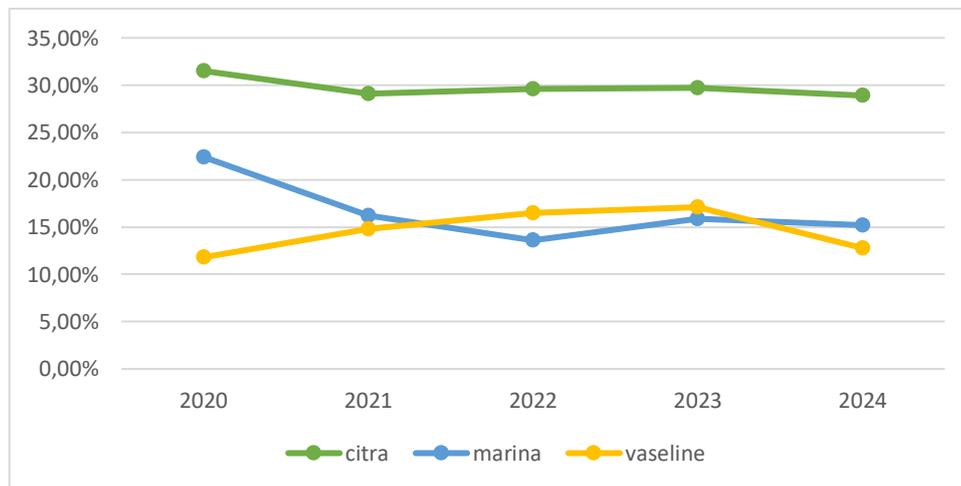
Saat ini di Indonesia terdapat banyak jenis kosmetik salah satunya *hand & body lotion*. Vaseline merupakan salah satu merek *hand & body lotion* yang beredar di pasar *offline* maupun *online*. Vaseline adalah merek produk perawatan tubuh yang diluncurkan pada tahun 1968 oleh PT. Unilever Indonesia Tbk. *Hand and body lotion* Vaseline termasuk ke dalam Top Brand Index (TBI) di Indonesia karena

berbagai keunggulannya, seperti adanya perlindungan UV, *potrelimum jelly*, berbagai bahan alami, kandungan *biowhitening complex*, dan kualitasnya yang terjamin. Berikut ini merupakan daftar Top Brand Award, yang dimana para pakar menentukan merek *hand & body lotion* terbaik di Indonesia :

Tabel 1. 1 Top Brand Index *Hand & Body Lotion*

| No | Nama Brand | Tahun  |        |        |        |        |
|----|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
|    |            | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   |
| 1  | Citra      | 31.50% | 29.10% | 29.60% | 29.70% | 28.90% |
| 2  | Marina     | 22.40% | 16.20% | 13.60% | 15.90% | 15.20% |
| 3  | Vaseline   | 11.80% | 14.80% | 16.50% | 17.10% | 12.80% |

Sumber: Top Brand Award ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com))



Gambar 1. 1 Grafik Top Brand Index *Hand & Body Lotion*

Berdasarkan data di atas pada periode 2024 Vaseline mengalami penurunan yang cukup signifikan sebesar 4,3% dari tahun sebelumnya yang menyebabkan penurunan posisi pada Top Brand Index dari posisi 2 ke posisi 3. Penurunan angka Top Brand Index ini mengindikasikan adanya penurunan keputusan pembelian dan pembelian berulang pada pengguna *hand & body lotion* tersebut. Sebelum

memutuskan untuk membeli sesuatu yang diinginkan seseorang harus melalui beberapa fase seperti, menentukan sesuatu yang dibutuhkan, proses sebelum melakukan pembelian, proses saat penggunaan dan proses setelah pembelian (Hafidzi et al., 2022), sedangkan menurut (Fauzi, 2021) keputusan pembelian berulang adalah tindakan konsumen setelah membeli barang, yang dipengaruhi oleh tingkat kepuasan mereka terhadap produk tersebut. Dengan kata lain, keputusan yang mereka buat saat pertama kali membeli sesuatu adalah faktor yang sangat penting dalam jumlah mereka melakukan pembelian ulang.

Selama proses pengambilan keputusan pembelian, pembeli biasanya mencari harga yang menurut mereka sebanding dengan kualitas yang diberikan. Harga merupakan faktor penting dalam pemasaran dan dapat mempengaruhi keputusan konsumen ketika akan membeli suatu produk untuk berbagai alasan (Melpiana & Sudarajat, 2022). Berikut merupakan beberapa harga dari produk *hand & body lotion* yang masuk kedalam list Top Brand Index.

Tabel 1. 2 Analisa Harga *Hand & Body Lotion*

| No | Nama <i>Hand &amp; Body</i>                                  | Harga Terbaru |
|----|--|---------------|
| 1  | Citra bengkoang green tea body lotion natural glow UV 380 ml | Rp. 36.000    |
| 2  | Marina UV white hand & body lotion 400 ml                    | Rp. 22.000    |
| 3  | Vaseline lotion healthy bright UV extra Brightening 400 ml   | Rp. 46.000    |

Sumber : Shopee.co.id

Dapat dilihat pada tabel di atas, harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi urutan dalam Top Brand Index 2024 untuk kategori *hand & body lotion*. Citra menempati posisi pertama (TBI 28,90%) dengan harga Rp36.000 untuk 380 ml, unggul dengan manfaat bengkoang dan *green tea*. Marina di peringkat kedua (TBI 15,20%) menawarkan 400 ml seharga Rp22.000, sehingga dapat menarik konsumen dengan harga ekonomis dan perlindungan UV yang

ditawarkan. Kemudian Vaseline di posisi ketiga (TBI 12,80%) memiliki ukuran yang sama dengan Marina (400 ml) tetapi harga yang diberikan lebih mahal, Vaseline unggul dalam kandungan *petroleum jelly* dan kandungan *extra brightening*, tetapi harga yang lebih tinggi dapat menjadi alasan mengapa Vaseline berada di bawah Citra dan Marina dalam Top Brand Index 2024. Dari perbandingan ini, terlihat bahwa harga yang lebih terjangkau cenderung menarik lebih banyak konsumen. Hal ini sesuai dengan temuan sebelumnya yang dilakukan oleh (Prabowo & Kinasih, 2023) yang menunjukkan bahwa harga secara signifikan memengaruhi keinginan pembelian dan pembelian ulang, hal tersebut sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Nabella & Ida, 2024) yang menunjukkan bahwa persepsi harga memengaruhi kecenderungan konsumen untuk membeli barang yang sama dikemudian hari.

Tabel 1. 3 Matriks Perbandingan Antar Produk

| No                | Kriteria                  | Bobot* | Citra |       | Marina |       | Vaseline |       |
|-------------------|---------------------------|--------|-------|-------|--------|-------|----------|-------|
|                   |                           |        | Skor* | Total | Skor*  | Total | Skor*    | Total |
| 1                 | Harga                     | 9      | 7     | 63    | 8      | 72    | 7        | 63    |
| 2                 | Kandungan                 | 9      | 8     | 72    | 8      | 72    | 9        | 81    |
| 3                 | Kesesuaian<br>Jenis Kulit | 8      | 8     | 64    | 7      | 56    | 8        | 64    |
| 4                 | Aroma                     | 7      | 8     | 56    | 8      | 56    | 8        | 56    |
| 5                 | Kemasan                   | 7      | 7     | 49    | 8      | 56    | 8        | 56    |
| Total rata – rata |                           |        |       | 60.8  |        | 62.4  |          | 64    |

Keterangan\* :

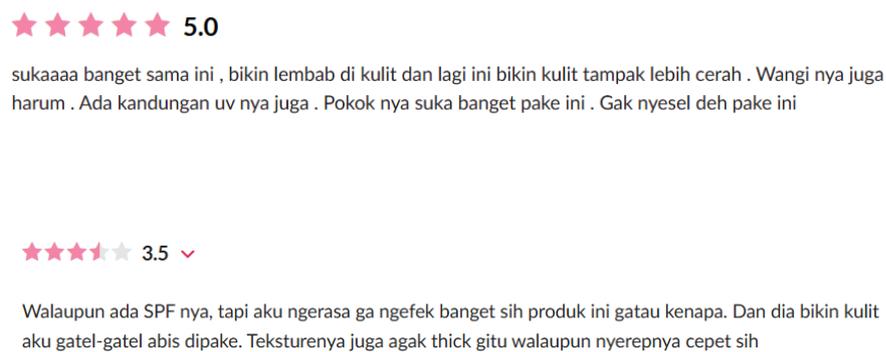
- a. Bobot = rentang 1 – 5
- b. Skor = rentang 1 – 5
- c. Total rata – rata = total / jumlah kriteria

Berdasarkan tabel matriks perbandingan di atas dapat dilihat bahwa Vaseline memperoleh skor total tertinggi dibandingkan dengan Citra dan Marina. Keunggulan Vaseline terutama terlihat pada aspek kandungan *petroleum jelly* dan *extra brightening* dengan nilai tertinggi yang menunjukkan bahwa produk ini memiliki formulasi yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Selain itu, kesesuaian dengan jenis kulit, aroma, dan kemasan juga mendapatkan penilaian yang baik, menjadikannya pilihan menarik bagi konsumen. Meskipun terdapat produk lain yang memiliki nilai lebih tinggi daripada Vaseline, produk ini tetap memiliki daya saing yang kompetitif dalam aspek kualitas secara keseluruhan.

Di sisi lain, kualitas produk tetap menjadi elemen inti yang tidak hanya menentukan pembelian awal tetapi juga mendorong pembelian berulang. Produk yang mampu memberikan hasil nyata dan memenuhi ekspektasi konsumen akan lebih mungkin menciptakan loyalitas jangka panjang. Berdasarkan penelitian terdahulu (Triandika & Putra, 2023) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, maka jika kualitas produk baik, tingkat keputusan pembelian akan meningkat begitupun sebaliknya. Kemudian menurut (Prameswara & Soliha, 2022) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses pembelian berulang. Apabila kualitas suatu produk dikatakan baik maka pembelian berulang akan meningkat.

Selain itu pembeli cenderung melihat *review* pembeli *online* terlebih dahulu di berbagai *marketplace* terkait produk yang akan dibelinya. Ulasan positif dari pengguna lain sering menjadi faktor pendorong utama dalam memutuskan untuk mencoba produk tertentu. Akan tetapi ulasan konsumen tidak hanya dalam hal positif, terdapat juga ulasan negatif sehingga membuat konsumen yang akan

membeli produk tersebut menjadi ragu. Hal tersebut didukung oleh (Sugiarti & Iskandar, 2021) yang menyatakan bahwa *review* pembeli *online* dapat memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Selain itu (Perkasa & Wardhani, 2023) *review* pembeli *online* memiliki dampak yang signifikan terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak ulasan baik yang diterima, semakin tinggi pula reputasinya, sebaliknya semakin banyak ulasan negatif yang diterima, semakin buruk reputasi suatu produk. Berikut merupakan salah satu contoh *review* pembeli *online*.

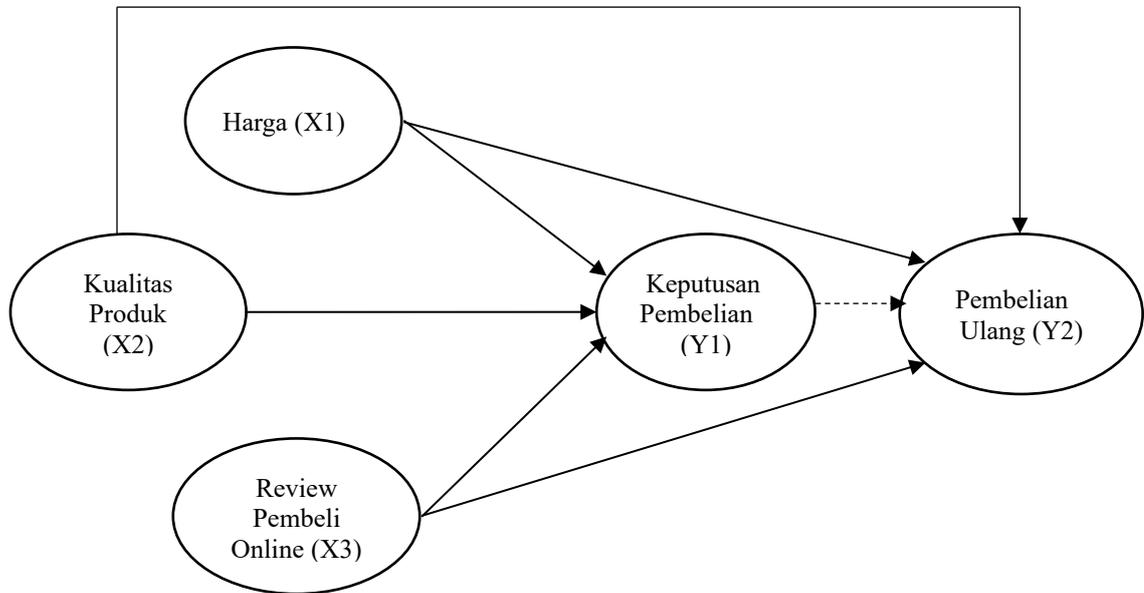


Sumber : Sociolla.com

### Gambar 1. 2 Komentar Konsumen

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti ingin melakukan penelitian apakah keputusan pembelian dan pembelian ulang *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan *review* pembeli *online*, dengan menggunakan metode SEM untuk meneliti permasalahan tersebut. Pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) adalah metodologi analisis data yang memungkinkan untuk meneliti beberapa korelasi sekaligus. korelasi tersebut dibentuk antara satu atau lebih variabel *independent* dan satu atau lebih variabel *dependen*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan gambaran umum

tentang elemen-elemen yang memengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian dan pembelian ulang produk *hand & body lotion* Vaseline.



Gambar 1. 3 Kerangka Konseptual

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga keputusan pembelian *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya ?
3. Bagaimana pengaruh *review* pembeli *online* terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya ?

4. Bagaimana pengaruh harga terhadap pembelian berulang *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya ?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap pembelian berulang *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya ?
6. Bagaimana pengaruh *review* pembeli *online* terhadap pembelian berulang *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya ?
7. Bagaimana pengaruh keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian berulang ?
8. Bagaimana model persamaan yang dihasilkan ?

### **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* secara daring.
2. Responden penelitian dibatasi pada konsumen yang berdomisili di Surabaya, berusia 15 – 50 tahun dan telah membeli produk *hand & body lotion* Vaseline lebih dari satu kali.
3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan dukungan *software* Amos.

#### 1.4 Asumsi – Asumsi

Adapun asumsi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden dapat memahami pernyataan yang diberikan dan bersikap jujur dalam memberikan pernyataan yang diberikan melalui kuesioner.
2. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dianggap mewakili perilaku konsumen *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya.

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan *review* pembelian *online* terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh *review* pembelian *online* terhadap keputusan pembelian *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, terhadap pembelian berulang *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap pembelian berulang *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya.
6. Untuk mengetahui pengaruh *review* pembelian *online* terhadap pembelian berulang *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya.

7. Untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian terhadap pembelian berulang *hand & body lotion* Vaseline di Surabaya.
8. Untuk mengetahui model persamaan yang dihasilkan

## 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Teoritis

Secara Teoritis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan yang ingin mengeksplorasi lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dan pembelian berulang *hand & body lotion* Vaseline dengan menerapkan metode *Structural Equation Modeling* (SEM).

### 2. Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan maupun referensi bagi PT. Unilever Indonesia guna sebagai solusi untuk meningkatkan strategi pemasarannya. Selain itu, diharapkan dapat membantu berbagai pihak dengan memberikan untuk penelitian yang serupa.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan proposal skripsi ini adalah sebagai berikut :

### **BAB 1           PENDAHULUAN**

Pada bab ini peneliti menjelaskan terkait permasalahan yang akan diteliti, yaitu terkait latar belakang masalah, identifikasi masalah,

batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II        LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi terkait kajian teori, hasil penelitian terdahulu yang menjadi pendukung untuk penelitian ini serta kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

## **BAB III        METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi penjelasan terkait waktu dan lokasi penelitian, variabel penelitian, identifikasi variabel, teknik pengumpulan data dan sumber data, serta teknik pengolahan data

## **BAB IV        HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi hasil dari pengujian, analisis data, dan pembahasan terkait hasil analisis data tersebut (pembuktian hipotesis).

## **BAB 5        KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran terkait penelitian ini dan penelitian selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**