

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kecantikan merupakan hal yang diidamkan setiap wanita. Produk perawatan wajah maupun tubuh yang biasa disebut kosmetik kini sudah populer di pasaran. Hal ini merupakan hal yang tidak dapat dipungkiri dimana setiap wanita sangat menyukai keindahan. Wanita selalu menginginkan kulit yang halus, bersih, sehat, lembab, warna kulit merata, dan terlihat awet muda. Dengan begitu melakukan perawatan kulit saat ini menjadi kebutuhan yang tidak bisa dianggap sebelah mata lagi. Sehingga banyak wanita rela menghabiskan sebagian uang untuk membeli produk-produk yang dapat menunjang penampilan.

Persaingan di dunia kosmetik sangat ketat menyebabkan kemunculan merek *skincare* baru terus bertambah. Saat ini, banyak sekali perusahaan-perusahaan yang menjual dan memproduksi *skincare* di Indonesia diantaranya Scarlett Whitening, Avoskin, Somethinc, Wardah, dan lain sebagainya. Jenis *skincare* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia khususnya para wanita yaitu Toner. Toner merupakan *skincare* yang berbentuk cairan, yang memiliki kandungan *Alpha hydroxy acid- Beta hydroxy acid- Polyhydroxy acid - Pin Grid Array* yang dipadukan dengan *Niacinamide, Tea Tree 2%, Witch Hazel,* dan *Aloe Vera*. Toner dipercayai dapat membantu memaksimalkan proses aksfoliasi kulit sekaligus membantu menjaga kelembapan kulit. Namun dalam kandungan toner Avoskin masih menggunakan bahan yang beralkohol dan *frangrance*, hal tersebut memberikan dampak kepada beberapa orang yang memiliki kulit sensitif menjadi iritasi.

Meningkatnya kesadaran masyarakat akan penggunaan produk kecantikan mempengaruhi hadirnya berbagai tren kecantikan. *Skincare* saat ini sudah

menjadi kebutuhan setiap orang. Tak hanya perempuan saja, laki-laki pun sudah mulai memakai *skincare* atau melakukan perawatan kulit. Karena merawat kulit merupakan hal yang penting bagi setiap orang dan sebagai salah satu investasi diri di masa tua nanti. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah gaya hidup (*lifestyle*). Minat manusia dalam berbagai barang dipenuhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut.

Pada saat ini Gaya Hidup yang terbentuk pada masyarakat Indonesia banyak mengalami perubahan setelah melalui pandemi yang terjadi di Indonesia, gaya hidup dan tren yang ada semua berubah, budaya yang tadinya masyarakatnya jarang menggunakan masker, sekarang menjadi kurang percaya diri apa bila tidak menggunakan masker pada saat beraktifitas dimuka umum. Seperti yang disampaikan reni nuraeni pada Kompasiana (19/05/2022) yaitu berdasarkan sebagian pendapat, mereka beranggapan bahwa penggunaan masker ini, sudah menjadi bagian hidup yang tidak bisa mudah dilepaskan Tidak hanya sebagai perlengkapan untuk melindungi diri dari virus atau polusi yang masuk ke hidung dan mulut, namun juga untuk sebagian orang, sebagai bagian dari fashion. Hal tersebut pastinya memengaruhi dalam industri kecantikan meski demikian Namun pada kenyataannya masyarakat tetap memikirkan kesehatan kulitnya terutama pada wajah seperti yang sudah disampaikan sebelumnya karena merawat kecantikan merupak gaya hidup yang terbentuk, yang dimana Menurut Kotler dan Keller (2016) Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang diekpresikan dalam minat, aktivitas dan opini. Gaya hidup akan terbentuk berdasarkan aktivitas kegiatan yang seiring berjalanya waktu terus di lakukan sampai terbentuk menjadi kebiasaan atau habit.

Hal ini mengakibatkan peningkatan pada industri kecantikan di Indonesia, saat ini berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), industri kosmetika yang meliputi sektor industri farmasi, kimia, dan obat tradisional mengalami

pertumbuhan mencapai 9,61% di tahun 2021. Disamping itu, BPOM RI mencatat, industri kosmetika mengalami kenaikan jumlah perusahaan hingga 20,6%. Sebanyak 819 industri kosmetika bertambah menjadi 913 industri terhitung dari tahun 2021 hingga Juli 2022. Dengan melihat tingkat pertumbuhan dalam industri kecantikan yang setiap tahunnya meningkat karena banyak orang yang membeli produk-produk kecantikan. Dalam proses melakukan pembelian produk konsumen akan melakukan pertimbangan seperti mencari informasi dan mengevaluasi produk agar pembelian produk dapat memberikan kepuasan dan kebutuhannya. Hal ini akan mengarah pada perencanaan suatu keputusan pembelian, yang dimana keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2018) adalah konsumen membentuk niat dalam membeli merek yang paling disukai. Terjadinya peningkatan keputusan pembelian produk kecantikan disebabkan berdasarkan niat dan keinginan untuk membeli produk yang di sukai dalam hal ini masyarakat membeli produk berdasarkan *review influencer* yang mengakibatkan peningkatan penjualan. Seperti yang dinyatakan Ambrani Nadia Kemala movanita pada kompas.com yaitu “kehadiran *beauty influencer* memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap *industry* kecantikan dengan cara yang sepenuhnya baru”.

Namun peningkatan penjualan produk kecantikan yang terjadi juga merupakan dari hasil kualitas produk itu sendiri bukan hanya sekedar kebutuhan gaya hidup seseorang, yang dimana dalam pemilihan suatu produk kualitasnya juga harus diperhatikan. Dalam pemilihan produk kecantikan yang akan digunakan terutama untuk kesehatan kulit dan Kecantikan haruslah memperhatikan detail mengenai kandungan dan Kualitas produk.

Maka dalam hal ini kualitas produk sangatlah diperhatikan dalam memutuskan pembelian produk. Seperti yang kita ketahui kualitas produk menurut kotler dan keller (2009) dalam Debby Oktapia (2018) kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang

ditanyakan atau tersirat, sehingga pada saat pemilihan suatu produk harus diperhatikan kualitas produk dan juga manfaat yang diberikan.

Avoskin adalah merupakan salah satu brand lokal yang bergerak dalam industri kecantikan yang berdiri sejak tahun 2014. Avoskin sendiri berfokus untuk menciptakan produk untuk perawatan kulit terutama wajah tanpa kandungan berbahaya yang membuat iritasi. Avoskin merupakan salah satu produk kecantikan dengan target utamanya adalah wanita. Produk kecantikan buatan Indonesia ini aman dan berkualitas tinggi dengan memproduksi ragam produk untuk bermacam kondisi kulit, misalnya : toner untuk perawatan kulit yang kering, berjerawat, berminyak, dan lainnya agar dapat memilih salah satu sesuai dengan jenis kulit. Toner Avoskin aman bagi kulit karena terbuat dari bahan-bahan alami terpercaya. Avoskin memiliki beberapa toner salah satunya adalah Toner Avoskin Miraculous Refining, toner ini diciptakan untuk membantu memaksimalkan proses aksfoliasi kulit sekaligus membantu menjaga kelembapan kulit, mencerahkan wajah, meratakan warna kulit, membantu agar pori-pori tampak lebih kecil, menyamarkan noda hitam diwajah dan toner Avoskin ini memiliki tekstur yang cair. Harga produknya pun cukup terjangkau, sehingga konsumen tidak perlu ragu membeli produk Avoskin. Untuk memperoleh toner Avoskin tidaklah sulit karena toner Avoskin tersedia diberbagai gerai kecantikan.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Avoskin adalah dengan pengusungan konsep “*Green Beauty*” yaitu menghadirkan produk-produk kecantikan berbahan alami serta kemasan yang ramah lingkungan. Avoskin menjadi kategori terbaik merek produk perawatan kulit wajah pada beberapa produk yang dimiliki oleh Avoskin ditahun 2019 dan 2020 serta menjadi *local brand* terbaik tahun 2020 (*Female Daily*, 2020). Dengan adanya kandungan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan kulit wajah tentunya membuat konsumen mempunyai banyak pilihan yang dapat digunakan untuk menunjang terawatnya kulit wajah. Tujuan komunikasi pemasaran yang dilakukan

Avoskin adalah membangkitkan keinginan terhadap suatu produk, menciptakan kesadaran merek, mendorong sikap positif terhadap produk mempengaruhi niat dan memfasilitasi pembelian.

Tidak hanya melakukan strategi pemasaran saja tapi pemasaran yang baik juga harus di ikuti dengan kualitas produk yang baik pada produk yang akan dipasarkan agar dapat bersaing dengan pemasar lainnya. Kualitas produk sangatlah penting dalam industri kosmetik untuk meningkatkan pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak hanya bersaing dari segi harga. Apabila kualitas pada produk dirasa sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipresepsikan baik dan memuaskan pelanggan. Kualitas produk yang baik dapat terciptanya loyalitas konsumen sehingga kedepannya mampu menarik konsumen dalam mengambil keputusan. Kualitas produk yang baik merupakan ciri kesuksesan suatu produsen dalam menghasilkan suatu produk. Kualitas produk yang baik secara tidak langsung dapat meningkatkan penjualan pada produk Avoskin.

**Tabel 1.1 Rekomendasi toner berdasarkan penjualan**

No	Nama Produk	<i>Market Share</i>
1	Avoskin Toner	14,7%
2	Npure Toner	7,8%
3	Some by mi Toner	6,6%
4	MS Glow Toner	6,3%
5	Pyunkang yul Toner	5,0%
6	COSRX Toner	4,2%
7	Somethinc Toner	3,7%
8	Whitelab Toner	3,3%
9	Skin 1004 Toner	2,4%
10	Wardah Toner	2,2%

Sumber : [compas.co.id/article/toner-lokal/](https://compas.co.id/article/toner-lokal/)

Pada tabel 1.1 merupakan data penjualan berdasarkan market share pada 1-15 september 2021 melalui E-commerce. menunjukkan bahwa Avoskin Toner memiliki market share sebesar 14,7% mendominasi dari toner lainnya, dan kemudian Toner N'pure Toner sebanyak 7,8%. Dalam hal ini terjadi karena adanya perkembangan pada industri kecantikan di Indonesia yang bersaing dalam berinovasi untuk memenuhi kebutuhan wanita dengan bermacam-macam keunggulan.

Hal ini terjadi karena adanya gaya hidup dan *trend* masa kini yang dapat meningkatkan perkembangan industri kosmetik lokal. Tidak hanya adanya trend dan gaya hidup tetapi dengan kualitas produk yang baik dapat berperan dalam membantu kelancaran aktivitas pemasaran yang baik secara lokal maupun global. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi konsumennya.

Berdasarkan penjelasan diatas, konsumen melakukan keputusan dalam pembelian dipengaruhi berbagai hal. Adanya gaya hidup yang memberikan efek pada keyakinan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian, kualitas produk yang baik akan menciptakan kepuasan pada konsumen sehingga dapat menimbulkan loyalitas untuk membeli produk Toner Avoskin kembali. Oleh karena itu penulis menganbil sebuah keputusan penelitian ini dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TONER *SKINCARE* AVOSKIN”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Gaya Hidup berpengaruh dalam keputusan pembelian produk toner Avoskin.
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh dalam keputusan pembelian produk toner Avoskin.
3. Apakah Gaya Hidup dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk toner Avoskin.

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.3.1 Subjek Penelitian**

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah konsumen toner Avoskin.

### **1.3.2 Objek Penelitian**

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah gaya hidup, kualitas produk dan keputusan pembelian.

### **1.3.3 Tempat Penelitian**

Ruang lingkup tempat penelitian ini adalah wilayah Bandar Lampung.

### **1.3.4 Waktu Penelitian**

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini didasarkan pada kebutuhan penelitian.

### **1.3.5 Ilmu Penelitian**

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah gaya hidup dan kualitas produk, terhadap keputusan pembelian.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk toner Avoskin.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas prroduk terhadap keputusan pembelian produk toner Avoskin.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pemebelian produk toner Avoskin.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak, antara lain:

1. Manfaat bagi perusahaan.  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Avoskin dalam melihat seberapa besar pengaruh gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam meningkatkan penjualan produk dan secara matang dapat menentukan strategi yang cocok untuk memancing para konsumen baru.
2. Manfaat bagi akademis  
Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian dalam bidang majemen pemasaran, sebagai referensi bagi para pembaca dan peneliti yang akan melakukan penelitian dengan ruang lingkup pembahasan yang sama.
3. Manfaat bagi peneliti  
Dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam melaksanakan praktek didunia kerja maupun dalam membangun sebuah usaha.



## **1.6 Sistematikan Penulisan**

### **Bab I : Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, mafaat penelitian, sistematika penulisan tentang **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TONER SKINCARE AVOSKIN”**

### **Bab II : Landasan Teori**

Berisikan teori-teori yang berhubungan dengan gaya hidup dan kualitas produk, keputusan pembelian kerangka berfikir dan hipotesis.

### **Bab III : Metode Penelitian**

Bab ini berisikan tentang jenis dari penelitian, sumber data, metode pengumpulan data populasi, sampe, variabel, penelitian, definisi operasional variabel, metode analisis data,serta pengujian hipotesis.

### **Bab IV : Hasil dan Pembahasan**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TONER SKINCARE AVOSKIN”**

### **Bab V : Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang diharapkan bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi para pembaca umumnya.

