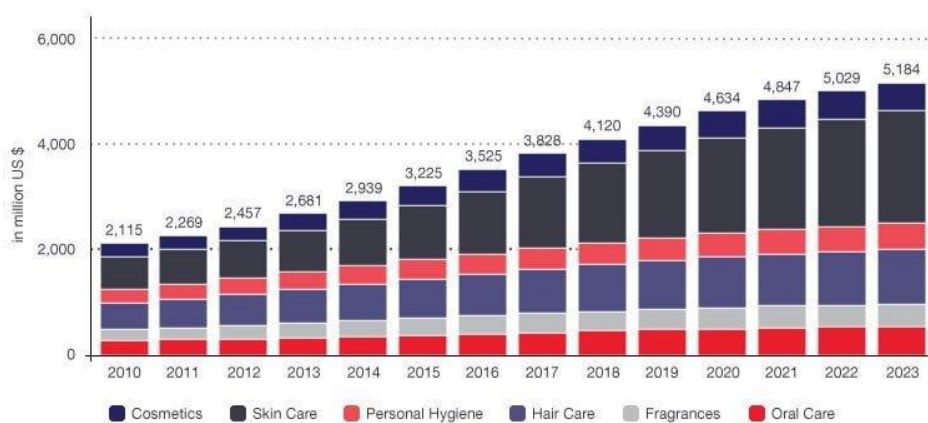


# BAB I

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pertumbuhan kosmetik di Indonesia sudah semakin berkembang sangat pesat. Sudah banyak perusahaan dan bahkan pelaku bisnis yang menggeluti bidang kosmetik dikarenakan Indonesia merupakan salah satu industri pasar kosmetik yang cukup besar. Pada bisnis kosmetik ini jumlah populasi yang menggunakan kosmetik yaitu penduduk yang bergenerasi millennial atau berusia muda, tidak disangka jika bukan hanya kaum wanita saja yang menjadi target penjualan tetapi kaum pria juga karena *skincare* pria sudah banyak yang dipasarkan oleh *brand-brand* ternama.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia

Sumber: <https://www.cekindo.com> diakses tahun 2022

Pada gambar 1.1 berdasarkan (cekindo.com) tentang pertumbuhan kosmetik di Indonesia, memiliki peningkatan secara signifikan yaitu kosmetik dari skin care, hair care, dan sebagainya yang meningkat sangat pesat dikarenakan kebutuhan di Indonesia saat ini. Oleh karena itu, berdasarkan pertumbuhan tersebut diharapkan akan terus tumbuh hingga tahun 2023, membawa terobosan dan inovasi baru di pasar kosmetik Indonesia.

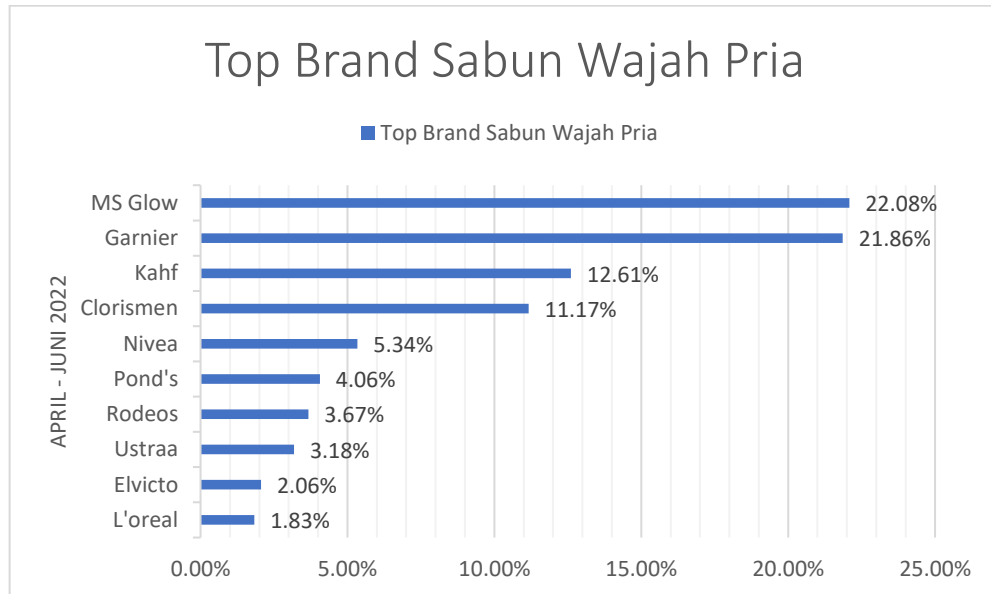
Seiring berkembangnya zaman saat ini merawat kulit wajah bukanlah untuk kaum wanita saja, tetapi sekarang merawat kulit wajah dilakukan oleh kaum pria untuk memenuhi tuntutan hidup. Tuntutan hidup saat ini membuat para pria semakin sadar akan merawat diri dan menjaga penampilan, terutama kulit. Menurut sebuah survei yang dilakukan terhadap 1.000 pria di Amerika Serikat dan Inggris, pria saat ini merasakan tekanan yang meningkat untuk merawat diri mereka. Fenomena yang terjadi di lingkup global bisa dilihat pada penelitian berjudul “ The State of Men” dan dilakukan perusahaan pemasaran J. Walter Thompson ini menemukan bahwa 54% pria saat ini secara teratur menggunakan produk perawatan kulit (Dhani, Agustin, 2022).

Saat ini masyarakat Indonesia sudah banyak yang sadar akan pentingnya merawat diri terutama bagi kaum pria, karena berpenampilan menarik saat ini sudah menjadi salah satu syarat di dunia kerja, dengan adanya *skincare* khusus untuk pria membantu perawatan diri terutama kulit wajah yang bisa dilakukan dirumah. Berbagai macam produk perawatan wajah kini mulai berkembang pesat. MS Glow merupakan *brand skincare* lokal yang telah berkecimpung di industri kosmetik dan perawatan tubuh sejak tahun 2013. MS Glow termasuk salah satu merek produk yang berhasil ada pada peringkat *top brand* lokal kategori perawatan wajah dan kosmetik dan bersaing dengan brand kosmetik lainnya (KataDataIndex, 2020). MS Glow juga telah menghadirkan produk perawatan kulit untuk kaum pria yang diberi label MS Glow For Men yang hadir pada akhir tahun 2019, MS Glow For Men kini telah berkembang pesat dan memiliki mitra bisnis resmi yang tersebar di seluruh Indonesia dari toko *offline* dan toko *online*, produk MS Glow For Men memiliki sertifikasi BPOM, halal dan sudah teruji secara klinis (msglowformenid.com, 2022).

Paket produk *skincare* MS Glow For Men terdapat 4 produk perawatan wajah yaitu sabun wajah, krim wajah, serum wajah, dan *sunscreem* wajah dengan keempat produk tersebut bisa dapat dibeli dengan harga terjangkau yang membuat masyarakat Indonesia khususnya pria banyak yang menggunakan produk MS Glow For Men, dari beberapa produk *skincare*

pria yang ada, MS Glow For Men mengeluarkan paket lengkap *skincare* lokal pria (idntimes.com).

Grafik 1. 1 Data top brand pada Online shop periode April – Juni 2022



Sumber : <https://www.compas.co.id> diakses tahun 2022

Pada data diatas MS Glow For Men memiliki pesaing seperti Nivea Men, Garnier Men, Pond's Men, Shiseido Men, Cloris Men, Vienna Men dan lain lain. MS Glow For Men merupakan brand lokal yang sudah dikenal masyarakat Indonesia dan menduduki peringkat pertama pada kategori *top brand* di shopee dan tokopedia, MS Glow juga banyak dijual melalui *offline store* yang sudah menyebar di seluruh Indonesia. (Compas.co.id). Pada *offline store* MS Glow bekerja sama dengan partner yang bergabung untuk menjual produk *skincare* MS Glow sehingga mudah ditemukan di seluruh Indonesia, pada kategori *skincare* pria terbaik MS Glow For Men menduduki peringkat 7 *skincare* pria terbaik menurut sumber (hellosehat.com). *Skincare* pria banyak yang dijual di toko swalayan tetapi produk MS Glow For Men hanya mengeluarkan di outlet yang hanya bekerja sama, sehingga produk yang dijual terjamin keasliannya. Fenomena unik yang perlu diperhatikan adalah pengguna kosmetik di era modern ini

tidak memperhatikan status jenis kelamin. Baik pria maupun wanita sama-sama menggunakan produk kosmetik. Produk kosmetik untuk pria dianggap sebagai cara untuk meningkatkan kualitas penampilan dan menjadi bagian dari *Nurleili* gaya hidup dalam (Widyastuti & Hidayat, 2022). Tentu saja hal ini menjadi tantangan sekaligus ancaman bagi para pengusaha di Indonesia bidang kosmetik. Hingga akhirnya banyak bermunculan merek-merek baru. Seiring dengan kemajuan teknologi dan untuk memperluas pasar, perusahaan juga mempertahankan eksistensi bisnisnya menjual produk kosmetik di toko online (e-commerce).

Tabel 1.1 Tanggapan Prasurvei Pengguna MS Glow For Men

| No. | Alasan Konsumen Menggunakan Produk <i>Skincare</i> MS Glow For Men  |
|-----|---|
| 1.  | Promosi yang menarik, kandungan yang ada dalam produk sudah pasti aman  |
| 2.  | Melihat <i>review</i> orang yang sudah membeli dan banyak yang memberi review yang baik   |
| 3.  | Produk MS Glow sudah terpercaya dan sudah lama di Indonesia   |
| 4.  | Rekomendasi dari teman-teman pengalaman teman-teman menggunakan produk ms glow menjadikan saya tertarik memakai produk tersebut |
| 5.  | Harga yang terjangkau   |
| 6.  | Produk mudah ditemukan baik di <i>online shop</i> maupun di <i>offline store</i>  |
| 7.  | Sudah beberapa kali menggunakan produk MS Glow dan hasilnya mengurangi jerawat pada wajah                                       |
| 8.  | Produk yang aman karena sudah terdaftar di BPOM   |
| 9.  | Teknik periklanan yang ada dimana mana  |
| 10. | Brand Ambassador ternama sehingga meyakinkan saya untuk mencoba produk tersebut   |
| 11. | Lokasi <i>offline store</i> tersebar di seluruh Indonesia   |
| 12. | Penilaian rating di <i>online store</i> bagus   |

|     |  |
|-----|--|
| 13. | pengalaman teman-teman menggunakan produk MS Glow    |
| 14. | Penawaran yang diberikan MS Glow cukup menarik       |
| 15. | <i>Brand</i> MS Glow sudah banyak dikenal masyarakat |

Sumber: Data diolah, 2023

Hasil menunjukkan berbagai tanggapan konsumen terkait alasan mereka lebih menggunakan produk MS Glow For Men daripada menggunakan produk lain. Terdapat 15 alasan yang berbeda-beda sehingga belum diketahui secara jelas faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk MS Glow For Men, dan faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk tersebut dibandingkan produk *skincare* lainnya.

Sebagai produk *skincare* lokal yang menjadi *top brand* MS Glow For Men diminati konsumen dan mampu bertahan diantara banyaknya pesaing yang muncul yang juga menawarkan berbagai produk *skincare* pria. Penelitian ini dilakukan agar dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW FOR MEN”**.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Faktor-Faktor apa yang dominan menentukan konsumen melakukan pembelian MS Glow For Men?

### Ruang Lingkup Penelitian

#### 1. Ruang Lingkup Subjek

Subjek dari penelitian ini adalah Masyarakat Indonesia.

#### 2. Ruang Lingkup Objek

Objek dari penelitian ini adalah keputusan konsumen melakukan pembelian MS Glow For Men.

### **3. Ruang Lingkup Tempat**

Penelitian ini dilakukan pada wilayah Bandar Lampung.

### **4. Ruang Lingkup Waktu**

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2022 sampai dengan Januari 2023.

### **5. Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan**

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah analisis faktor yang menjadi keputusan konsumen melakukan pembelian.

#### Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah adalah :

Untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang dominan menentukan konsumen melakukan pembelian MS Glow For Men.

#### Manfaat Penelitian

##### **Bagi Peneliti**

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang bagaimana shopee serta menambah pemahaman mengenai perkembangan online shopping dalam bidang pemasaran.

##### **Bagi Institusi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian yang dijadikan refrensi bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama.

##### **Bagi Perusahaan**

Bagi Perusahaan, Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu dalam menentukan langkah-langkah strategi pemasaran.

#### Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian adalah sebagai berikut:

## **Bab I Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang ada dalam perusahaan dan dirumuskan kedalam perumusan masalah. Ruang lingkup dari penelitian. Tujuan penelitian. Manfaat dari penelitian dan sistematika dari penelitian.

## **Bab II Landasan Teori**

Bab ini menguraikan landasan teori dan tinjauan empiris yang relevan dengan permasalahan yang di teliti berdasarkan kerangka pikir dan hipotesis.

## **Bab III Metode Penelitian**

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian. Operasional variabel. Teknik analisis data. Uji persyaratan instrument. Metode analisis data. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

## **Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II, dan III.

## **Bab V Simpulan dan Saran**

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

## **Daftar Pustaka**

Bagian ini berisi daftar buku-buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian orang lain, dan bahan-bahan yang dijadikan referensi dalam penelitian skripsi.

## **Lampiran-lampiran**

Bagian ini berisi data yang mendukung atau memperjelas uraian yang dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya. Data-data tersebut dapat berbentuk gambar, tabel formulir, ataupun flowchart.