

BAB I

PENDAHULUAN

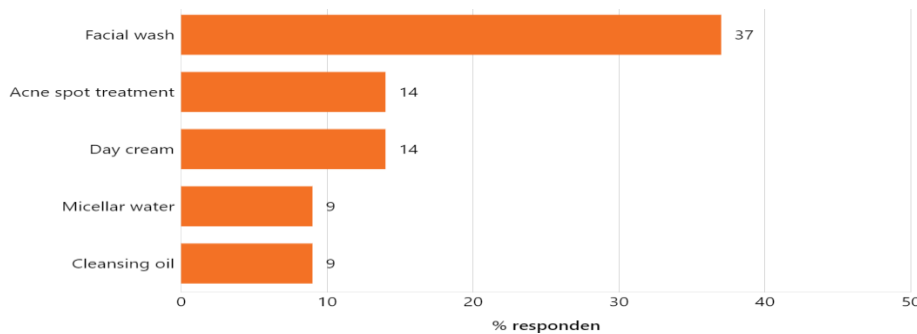
1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dimana tren *skincare* dan perawatan diri berkembang dengan sangat pesat. Perawatan diri dan *per-skincare*-ran tidak hanya dilakukan oleh wanita saja, namun kini pria pun mulai mengikuti tren perawatan diri untuk menunjang penampilan yang baik, menambah nilai menarik, dan menjadi tren masa kini (Kontan.co.id, 2022). Perawatan diri pria atau dikenal dengan istilah *men's grooming* menjadi tren yang terus tumbuh tiap tahunnya di Indonesia. Penjualan produk *skincare* pria mengalami pertumbuhan yang positif dan stabil, sejalan dengan CAGR sebesar 7,5% dari tahun 2021 hingga 2026 (indocareb2b.com, 2024). Kompas.id (2018) menambahkan bahwa *men's grooming* bukanlah hal yang tabu lagi di kalangan masyarakat Indonesia yang dibuktikan dengan jajak pendapat yang dilakukan kepada 430 mahasiswa Indonesia baik pria dan wanita mengenai persepsinya tentang pria yang merawat kulit dan didapat jawaban tertinggi adalah macho, maskulin, keren dan kekinian.

Perawatan biasanya dilakukan wanita, namun tidak sedikit pula pria yang ikut melakukan perawatan. Aktivitas yang sering kita lakukan setiap hari baik didalam ruangan maupun diluar ruangan membuat wajah pria terkadang sering kusam dan terlihat tidak percaya diri. Maka dari itu banyak perawatan yang sering digunakan oleh pria didalam kehidupan sehari-hari, salah satunya yaitu perawatan wajah.

Perawatan wajah merupakan sebuah hal yang penting bagi semua orang karena perawatan mempunyai banyak manfaat seperti: membersihkan kulit secara mendalam, meremajakan kulit, meningkatkan sirkulasi. [Chairina](#) (2024) menyatakan bahwa dengan melakukan perawatan yaitu pada wajah sangat membantu dalam menjaga dan merawat kulitnya agar tetap sehat.

Merawat wajah dapat dilakukan dengan mudah dan tidak akan menghabiskan waktu yang cukup banyak. Cara yang dapat dilakukan pria dalam merawat wajah adalah dengan membersihkan wajah menggunakan sabun cuci muka, menggunakan pelembab wajah, memakai masker wajah menggunakan scrub dan sebagainya. Berikut data perawatan wajah pria yang paling banyak digunakan :



Sumber : databoks.katadata.co.id, 2021.

Gambar 1.1
Data Produk Penggunaan Perawatan Wajah Pria

Gambar 1.1 tersebut membuktikan bahwa pengguna produk perawatan wajah merupakan yang dominan di Indonesia untuk penjualan produk pembersih wajah pria. Sabun pencuci wajah pria atau *facial wash* pria merupakan produk perawatan wajah yang paling banyak digunakan oleh konsumen pria yaitu di Indonesia sebesar 37%. Berikut 7 merek pembersih wajah pria yang merajai pasar Indonesia menurut compas.co.id (2023):



Sumber: compas.co.id (2023)

Gambar 1.2 .

7 Brand Wash Pria yang Merajai Pasar Berdasarkan Market Share (%)

Data diatas menunjukkan bahwa sabun pencuci wajah pria paling banyak digunakan adalah Garnier Men diikuti dengan Nivea Men, Kahf, Ms Glow for Men dan Pond's Men di urutan kelima. Pond's Men merupakan salah satu produk keluaran PT. Unilever Indonesia (Persero), Tbk. Pond's Men awalnya menasar para pria pekerja yang berumur 26 tahun keatas yang aktif. Namun kini segmen Pond's men mulai bergeser ke remaja pria. Berbeda dengan sabun pencuci wajah pria lainnya, Pond's Men dilengkapi dengan sari lemon yang membuat wajah menjadi lebih cerah dan mineral clay yang membuat wajah menjadi lebih bersih, bebas minyak dan jerawat. Pond's Men dijual dengan harga Rp. 28.000,- hingga Rp 78.000,- dan dapat dibeli secara *online* di e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia maupun dibeli secara *offline* di minimarket seperti Alfamart, Indomart serta Supermarket lainnya. Terdapat 7 varian produk Pond's Men *facial wash* dengan kegunaan masing-masing yang dirangkum pada tabel berikut :

Tabel 1.1

Varian Produk Pembersih Wajah Pond's Men

No	Nama Produk	Manfaat Produk
1	Pond's Men Energy Charge Face Wash	Memiliki kandungan Coffe Bean Extract dikenal mengandung anti-oxidant untuk menjaga kulit agar tetap sehat dan tampak segar
2	Pond's Men Acne Solution Anti Acne Face Wash	Menggunakan Teknologi Paten Lock & Clear dapat mengunci dan menghilangkan bakteri penyebab jerawat dalam 3 hari
3	Pond's Men Bright Boost Face Scrub	Dapat memberikan perlindungan agar kulit bersih dan tampak cerah, dan menambah kepercayaan diri pengguna
4	Pond's Men Pollution Out Deep Cleanser	Mampu membersihkan dan mengangkat noda hitam serta melembutkan kulit, mengangkat sel kulit mati dan menyegarkan kulit seketika
5	Pond's Men Lightning Oil Clear	Dapat membuat kulit segar, tampak bebas minyak seharian* karena kandungan Mineral Mud yang mampu meresap hingga ke dalam kulit** untuk mengurangi dan mengendalikan minyak berlebih
6	Pond's Men Pore Vacuum Facial Foam + Scrub	Mampu menyedot 10x lebih banyak Minyak dan Kotoran untuk Kulit Cerah Bebas Minyak
7	Pond's Men Ultra Bright Oil Fighter Facial Foam	Mampu mengontrol minyak berlebih di tengah aktivitas yang padat dan membuat wajah tampak lebih cerah walaupun beraktivitas di luar ruangan

Sumber : <https://www.ponds.com/id>, 2024

Bandar Lampung merupakan salah satu kota yang sedang mengalami perkembangan baik dalam hal perekonomian maupun kepadatan populasi, hal tersebut memicu terjadinya peningkatan aktivitas yang dilakukan oleh masyarakatnya di luar rumah. Peluang inilah yang ditangkap oleh Pond's Men untuk memasarkan produknya di Bandar Lampung. Berikut data penjualan produk Pond's di Bandar Lampung:

Tabel 1.2
Penjualan Produk Pond's Men di bulan Mei-Juni 2024
Di Bandar Lampung

Produk Pond's Men	Mei	Juni
Pond's Men Energy Charge Face Wash	1.175 Pcs	1.285 Pcs
Pond's Men Acne Solution Anti Acne Face Wash	1.310 Pcs	1.312 Pcs
Pond's Men Bright Boost Face Scrub	920 Pcs	1.130 Pcs
Pond's Men Pollution Out Deep Cleanser	910 Pcs	1.112 Pcs
Pond's Men Lightning Oil Clear	930 Pcs	1.320 Pcs
Pond's Men Pore Vacuum Facial Foam + Scrub	975 Pcs	1.179 Pcs
Pond's Men Ultra Bright Oil Fighter Facial Foam	980 Pcs	1.290 Pcs
Total Penjualan	7.200 Pcs	8.628 Pcs

Sumber : PT. Unilever bandair Lampung, 2024

1g

dari bulan Mei – Juni 2024 mengalami kenaikan. Banyak upaya telah dilakukan oleh Pond's Men untuk kembali memenangkan hati konsumen diantaranya sejak tahun 2013 menggunakan *celebrity endorse, influencer, blogger, direct marketing, website, sales promotion, personal selling, mengadakan konser, e-wom, PR dan publisitas* namun ternyata belum cukup untuk menjadikan Pond's Men *facial wash* menjadi pilihan utama konsumen pria Indonesia dan Bandar Lampung khususnya. Penjualan Pond's Men di Bandar Lampung masih kalah dengan *Face Wash* lainnya seperti Nivea Men, Vaseline Men, Garnier Men, dan Kahf.

Keputusan pembelian yang rendah dapat diartikan bahwa perusahaan memberikan produk yang belum memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga perusahaan mengalami kesulitan untuk memperoleh pendapatan. Hal tersebut mengakibatkan perusahaan kesulitan dalam bersaing dengan perusahaan lain, sehingga membuat kontinuitas perusahaan akan terganggu. Kondisi keputusan pembelian yang rendah tersebut tidak diinginkan oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016), keputusan

pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seorang konsumen (*consumer behavior*) sehingga masing-masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian. Saat menjual produk Pond's Men Di Bandar Lampung, kewajiban produsen atau penjual tidak akan berakhir melainkan produsen akan selalu mengembangkan produknya. Sedangkan disisi konsumen setelah membeli suatu produk, konsumen akan merasa puas, atau sebaliknya kecewa dengan produk yang dibelinya.

Ada banyak variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sabun pembersih wajah ataupun kosmetik dan *skin care* pada pria, diantaranya: Yusni (2024) mengenai Pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan pembelian facial foam berlabel for men dan Ayu (2024) mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow For Men. Pakan (2022) tentang Pengaruh *Beauty Influencer* & Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Facial Wash* Garnier Di Surabaya.

Telah dilakukan pra survey kepada 30 orang pria mengenai perawatan wajah yang paling sering digunakan dan didapat bahwa 60% menggunakan Pond's Men dan 40% pria di Bandar Lampung memakai sabun muka merek lain seperti Vaseline Men, Garnier Men, dan Kahf. Berikut alasan konsumen pria Bandar Lampung menggunakan Pond's Men *facial wash*:

Tabel 1.3. Alasan Konsumen Pria Bandar Lampung Menggunakan Produk Pond's Men Facial Wash

No	Alasan Menggunakan Produk Pond's Men	Jumlah	Persentase
1	Menjaga kulit agar tetap sehat dan tampak segar	17	56,66%
2	Sabun Muka Pond's Men termasuk murah Harganya yakni mulai dengan harga Rp 28.000	25	83,33%

3	Sabun Muka merek Pond's Men karena kualitasnya yang sudah terkenal dikarenakan sabun pencuci wajah Pond's Men efektif membersihkan wajah dari kotoran polusi dan sinar matahari	15	50 %
4	Pond's Men acne Solution Anti Acne Face Wash dapat mengunci dan menghilangkan bakteri penyebab jerawat dalam 3 hari	23	76,66%
5	Facial wash ini mengandung formula magnolia power dan carnitine yang bekerja efektif melawan bakteri penyebab jerawat	25	83,33%
6	Pond's Men mampu mengatasi masalah jerawat sekaligus membuat kulit wajah jadi lebih sehat	16	53,33%

Sumber : prasurevei, 2024

Hanya produk yang berkualitas yang akan dipilih oleh konsumen. Hal tersebut juga tergambar dari hasil pra survei diatas. Sebagian besar konsumen mengatakan membelik Pond's Men karena kualitasnya. Kotler et al (2016) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, pengoperasian dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang di hasilkannya kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan dengan kualitas produk yang paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam waktu yang panjang perusahaan dapat bertahan dan lebih berhasil dari perusahaan lain.

Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. kualitas produk merupakan faktor penentu tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian suatu produk, pengalaman yang baik dan buruk dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali, sehingga perusahaan dituntut untuk menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dalam hal ini pentingnya pemasar untuk mengembangkan Kualitas Produk yang kuat merupakan cara untuk membuat konsumen mengenal produk sehingga Kualitas Produk tersebut dapat tertanam didalam pikiran konsumen serta mampu mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan pilihan. Kualitas Produk yang tinggi akan menciptakan kesan positif di benak konsumen terhadap suatu produk.

Sekalipun konsumen memiliki pandangan yang berbeda tentang kualitas produk, setidaknya konsumen akan memilih produk yang dapat memenuhi kebutuhannya. Pakan (2022) menyatakan kualitas produk merupakan keadaan produk yang telah mampu menyesuaikan atas standar harapan konsumen, meliputi tahapan dan juga komposisi dalam pembuatan produk. Produk sabun muka Pond's Men mengklaim memiliki facial Scrub detox pertama untuk pria yang membersihkan secara mendalam yang dapat membersihkan wajah dari polusi. Pond's men juga mengandung charcoal yang membantu menyerap minyak dan kotoran, mint yang membantu memberikan sensasi dingin dan menyegarkan, dan 10x vitamin pencerah yang membantu mencerahkan wajah sehingga wajah akan terasa lebih bersih, segar, dan cerah. Pond's melakukan inovasi dengan memadukan teknologi dan juga *consumer insight* untuk mengembangkan rangkaian perawatan kulit wajah khusus pria yang sekarang lini produknya kita kenal dengan nama Pond's Men yang sesuai dengan kondisi kulit pria. Berikut adalah hasil prasurvey kepada Konsumen yang menggunakan produk Sabun Muka Merek Pond's Men :

Tabel 1.4
Hasil Pra Survei Konsumen Yang Menggunakan Produk
Sabun Muka Merek Pond's Men Dan Sabun Muka Merek Lain

No	Pertanyaan	Sabun Muka Merek Pond's Men	Sabun Muka Merek Lain
1	Bagaimana pendapat anda mengenai Kualitas produk Sabun Muka Merek Pond's Men dengan Kualitas Produk Sabun Muka Lainnya ?	Pond's Baru terbukti secara klinis untuk mencerahkan kulit. Selain itu, dari Merek Pond's Men juga dilengkapi pelembap dan juga tidak membuat lengket di wajah.	Konsumen menjawab Meskipun Sabun Muka merek lainnya cepat menyerap ketika digunakan, produk ini tidak akan membuat wajah kita kering.
2	Apa yang mempengaruhi anda ketika ingin membeli Sabun Muka Merek Pond's Men Dengan Produk Sabun Muka Lainnya?	Konsumen mengatakan Kemasannya praktis digunakan Cepat menyerap diwajah dan tidak lengket di wajah, Memiliki aroma wangi yang khas yang sangat enak, dan Tidak membuat wajah kering.	Konsumen mengatakan bahwa faktor-faktor seperti mahal dan stok di minimarket terkadang tidak banyak

3	Bagaimana pendapat anda mengenai harga produk sabun Sabun Muka Merek Pond's Men dan Sabun Muka lainnya?	Konsumen menjawab bahwa harga Sabun Muka Merek Pond's Men termasuk murah Harganya hanya Rp 28.000	Konsumen menjawab bahwa harga Sabun Muka merek lain harganya terhitung agak mahal
---	---	---	---

Sumber: Hasil Review pra survei Terhadap 30 Konsumen

Variabel lain yang mungkin banyak mempengaruhi keputusan pembelian sabun pembersih wajah Pond's Men adalah *Online Customer Review*. Menurut (Mudambi & Schuff 2010) ulasan pelanggan *online (Online Consumer Review)* adalah evaluasi produk yang di sampaikan atau ditulis oleh konsumen tentang pengalamannya dalam pembelian sehingga dapat mempengaruhi orang lain. Berikut merupakan *Review* konsumen Sabun Muka Pond's Men di beberapa aplikasi *e-commerce*:

Tabel 1.5 Review Konsumen Pond's Men

No.	Nama Konsumen	keterangan
1	Vinoo083	Bagus nih untuk melindungi wajah dari sinar uv rekomended
2	Indrarast	Tekstur lembut, wangi , cocok untuk laki laki
3	Hendi yunizar	Gak cocok dimuka
4	M. Asmi firmansyah	Belum cocok dengan wajah
5	Fahrisukajoken	Bagus buat wajah yang berminyak
6	Q**y k**l	Pake ponds men bikin wajah bersih, cocok banget
7	I**a **	Cocok pakai sabun muka ponds buat muka ku yang berminyak dan berjerawat, bagus banget pokoknya bisa memudahkan jerawatku
8	M**a	Dari dulu cocok pake ponds emang, tekstur lembut, wangi juga , very nice
9	D***i	Cocok buat wajah kusam, kotoran wajah auto keangkat
10	Hasan	Untuk malam 3 hari dalam seminggu ga pernah skip scubing, dan produk ini paling enak scrubnya

Sumber : shope ,tiktok ,tokopedia (2024)

Online Consumer Review juga memiliki dampak pada keputusan pembelian. *Online consumer reviews (OCRs)* adalah salah satu bentuk *word of mouth communication* pada penjualan *online* (Flieri, 2014). *Online Consumer Review* bersifat eksternal yang artinya pihak perusahaan tidak dapat ikut campur dalam penilaian produk tersebut. *Online Consumer Review* dapat dengan mudah ditemukan di website *e-commerce*, dengan adanya *online*

Review dapat meningkatkan traffic pengunjung bagi perusahaan dan *online Review* dapat menjadi sumber informasi yang sering diakses oleh pembeli (Farki et al, 2016).

Calon konsumen yang akan melakukan pembelian sebelumnya melihat ulasan atau *Review* di kolom komentar dari para pengguna yang telah memakai produk tersebut. *Review* juga merupakan salah satu hal yang mempengaruhi keputusan pembelian, maka dapat dikatakan bahwa jumlah *Review* bisa digunakan sebagai indikator yang berpengaruh terhadap keputusan membeli sebuah produk. Jika banyak *review* terdahulu yang menyatakan hal positif maka citra perusahaan pun akan baik di mata publik dan begitu pula jika yang terjadi sebaliknya. Produk yang mendapatkan *review* positif juga lebih besar akan dibeli oleh konsumen.

Konsumen sering membandingkan dan memilih produk berdasarkan Kualitas Produk ataupun melihat dari ulasan dari suatu pembelian produk karena dirasa produk dengan kualitas dan *online customer review* yang baik akan membuat konsumen merasa lebih nyaman. Hipotesis ini sejalan dengan penelitian Cintantya (2020) yang menyatakan bahwa *Online Customer Review* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk *skincare* (Studi pada konsumen *skincare* COSRX pada media sosial twitter).

Berdasarkan pembahasan yang sudah di uraikan di atas, maka penelitian ini ingin mencoba mengkaji mengenai variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan menguji variabel kualitas produk dan *online consumer review* pada keputusan pembelian produk sabun muka Pond's Men di Bandar Lampung.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan diatas, maka masalah pokok penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sabun muka Pond's Men di Bandar Lampung?

2. Apakah *Online Consumer Review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sabun muka Pond's Men di Bandar Lampung?
3. Apakah kualitas produk dan *Online Consumer Review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sabun muka Pond's Men di Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang lingkup subjek

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah konsumen pria produk Sabun Muka Pond's Men Di Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dan *Online Consumer Review* terhadap Keputusan Pembelian secara *Offline*.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian ini akan dilakukan di wilayah lampung, khususnya di Bandar Lampung. Ruang Lingkup Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Agustus 2023 - Agustus 2024.

1.3.4 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini mengacu pada ilmu manajemen pemasaran yang membahas tentang Kualitas Produk dan *Online Consumer Review* terhadap Keputusan Pembelian.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sabun muka Pond's Men di Bandar Lampung.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Online Consumer Review* terhadap Keputusan Pembelian produk Sabun Muka Pond's Men Di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *Online Consumer Review* terhadap keputusan pembelian produk Sabun Muka Pond's Men Di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi wawasan serta menambah khasanah kepustakaan khususnya di bidang perilaku Konsumen.

2. Bagi Peneliti

Sebagai media untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam penelitian sehingga dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan pada keadaan yang sebenarnya di lapangan.

3. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat membantu dalam menjalankan strategi bisnis, yaitu penerapan Kualitas Produk dan *Online Consumer Review* terhadap Keputusan Pembelian yang melalui *e-commerce*.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran singkat mengenai penelitian diantaranya latar belakang, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini mencantumkan tentang kajian teori, Pengertian Kualitas Produk, *Online Consumer Review*, Dan Keputusan Pembelian. Selain itu bab ini juga membahas tentang kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis dari penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi oprasional variabel, metode analisis data, serta pengujian hipotesis mengenai Kualitas Produk, *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Muka Pond's Men Di Bandar Lampung.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Produk, *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Muka Pond's Men Di Bandar Lampung.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

Daftar Pustaka

Lampiran