

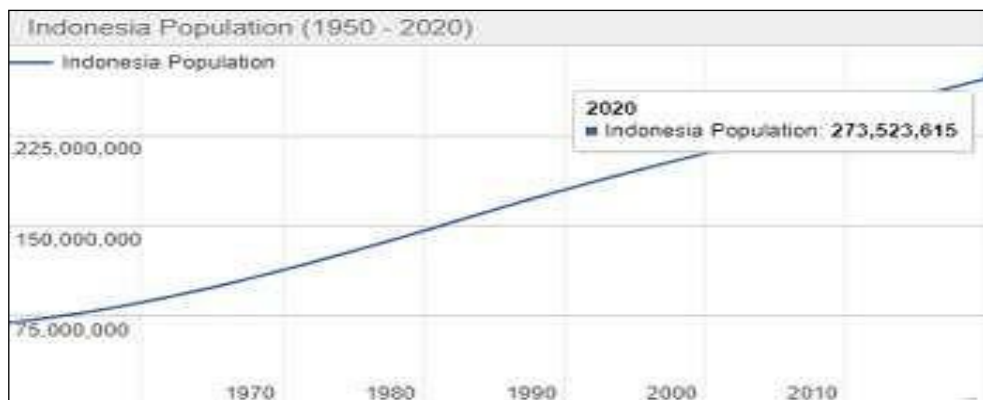
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

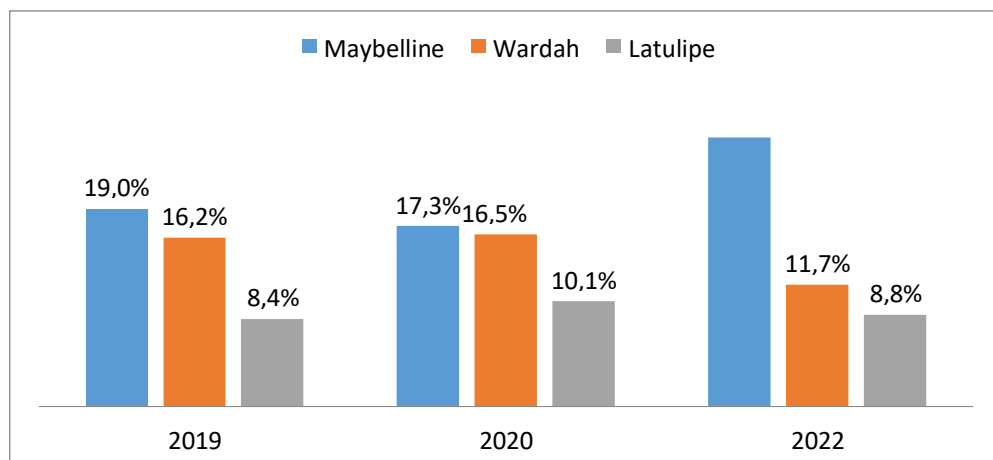
Industri kosmetik di Indonesia memiliki lajur perkembangan yang cukup cepat, hal ini dapat disebabkan oleh keinginan masyarakat terhadap kosmetik baru dan juga gaya hidup masyarakat Indonesia yang cenderung konsumtif. Kondisi seperti ini sangat dimanfaatkan oleh produsen kosmetik untuk memasarkan barangnya ke Indonesia. Data yang dikemukakan oleh Badan Pusat Statistik jumlah penduduk di Indonesia pada tahun 2020 adalah 273,5 juta jiwa dengan 49,42 persennya merupakan penduduk perempuan dengan jumlah 133,54 juta jiwa. Dengan kondisi masyarakat Indonesia yang memiliki gaya hidup konsumtif dapat menjadi sasaran yang empuk dan menjadi pasar yang menjanjikan bagi perusahaan kosmetik. Belakangan ini trend penggunaan kosmetik semakin berkembang baik dikalangan generasi remaja maupun dewasa, serta dengan adanya tuntutan untuk berpenampilan menarik di depan khalayak umum menjadi salah satu alasan industri kosmetik berkembang pesat dengan baik di Indonesia.

Gambar 1.1
Grafik Jumlah Penduduk Indonesia



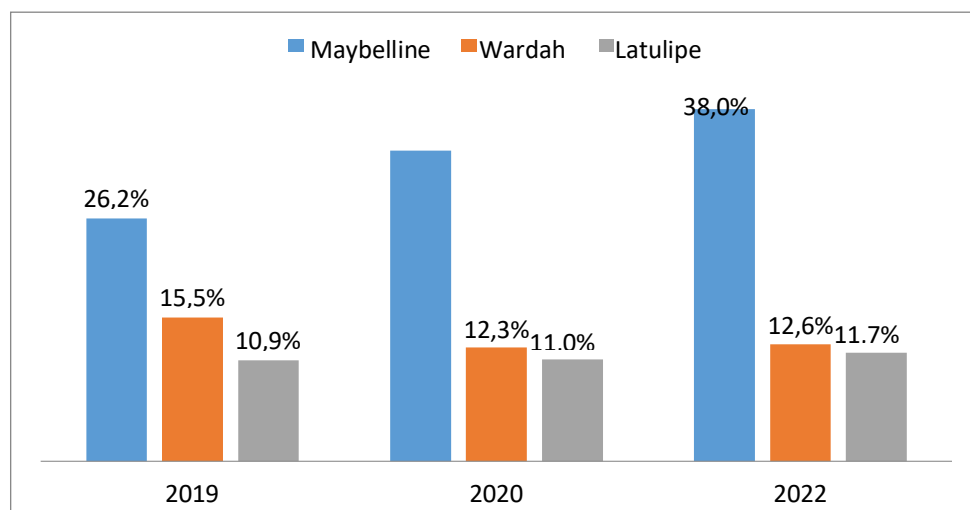
Berdasarkan data yang dikutip dari <http://www.topbrand-award.com/> brand Maybelline tercatat menduduki urutan pertama dalam beberapa penjualan produk kosmetik dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 dengan persentase seperti yang ditunjukkan pada Grafik berikut:

Gambar 1.2 Grafik
Data Pengguna Lipgloss Maybelline, Wardah dan La Tulipe
pada Tahun 2019 – 2022



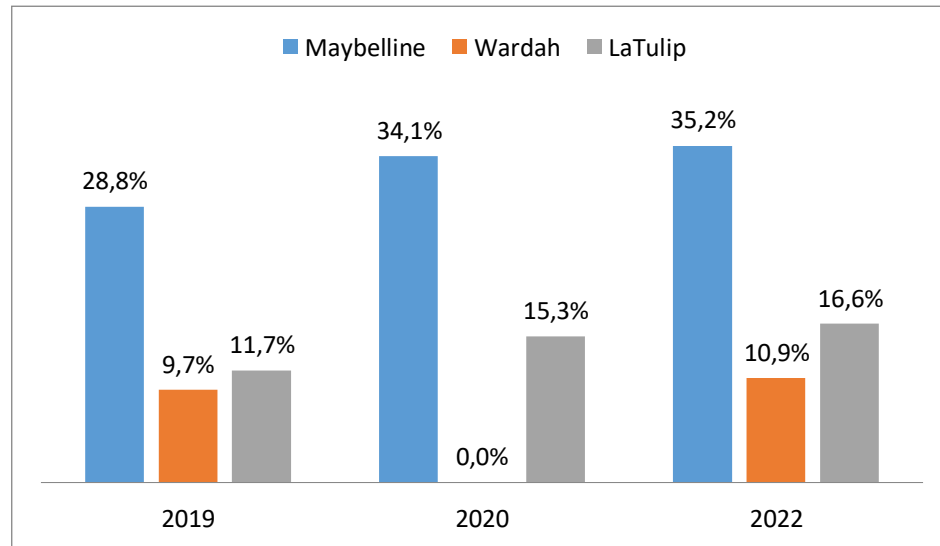
Sumber : <http://www.topbrand-award.com/>

Gambar 1.3 Grafik
Data Pengguna Maskara Maybeline, Wardah dan La tulipe
pada Tahun 2019 – 2020



Sumber : <http://www.topbrand-award.com/>

Gambar 1.4 Grafik
Data Pengguna Eyeliner Maybelline, Wardah dan La tulipe
pada Tahun 2019 – 2022



Sumber : <http://www.topbrand-award.com/>

Uraian diatas menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan online customer review merupakan faktor yang membuat seseorang melakukan keputusan pembelian. Dengan adanya kualitas produk yang baik, harga yang sesuai dan online customer review yang positif dan mudah dicari cukup membuat konsumen melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penjabaran permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline di Tiktok” (Studi Kasus Pada Mahasiswi Di Tiktok)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan research gap yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Produk kosmetik Maybelline mudah ditiru sehingga muncul produk produk palsu.

2. Harga produk yang di tawarkan oleh Maybelline masih belum bisa bersaing dengan produk pesaingnya (Wardah, La tulipe).
3. Internet sudah menjadi kebutuhan sehari hari bagi masyarakat untuk mencari sebuah informasi.
4. Dalam online customers review membantu konsumen dalam mengetahui informasi yang lebih mendalam pada produk kosmetik Maybelline.
5. Kenaikan volume penjualan produk kosmetik Maybelline dari tahun ke tahun.

1.3 Batasan Masalah

Terkait dengan luasnya lingkup permasalahan dan waktu serta keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan, maka pembatasan di penelitian diterapkan agar penelitian terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan penelitian tidak menyimpang dari tujuan yang telah diterapkan. Penelitian ini dibatasi pada masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh kualitas produk, harga dan online customer review terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline
2. Penelitian ini dilakukan pada pengguna kosmetik Maybelline, yaitu Mahasiswi di Tiktok.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, peneliti merumuskan beberapa masalah yang akan menjadi fokus penelitian. Rumusan masalah tersebut antara lain:

1. Apakah variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pembelian produk kosmetik Maybelline?
2. Apakah harga produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline?

3. Apakah variabel online customer review berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline ?
4. Apakah kualitas, harga, dan variabel berpengaruh secara stimulan terhadap kosmetik Maybelline?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini berupaya untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline pada mahasiswa di Tiktok
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline pada mahasiswa di Tiktok
3. Untuk mengetahui pengaruh online customers review terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline pada mahasiswa di Tiktok.
4. Untuk mengetahui kualitas, harga, dan pengaruh secara stimulan produk kosmetik Maybelline pada mahasiswa di Tiktok.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah:

1. Manfaat Praktisi
2. Manfaat Akademisi

1.7 Sistematika Penulisan Tesis