

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam menganalisis sebuah penelitian, tentu dibutuhkan sebuah objek penelitian guna terlaksananya penelitian secara baik dan benar. Dimana objek penelitian adalah pertanyaan, isu, atau masalah yang dibahas, diteliti, dan diselidiki dalam penelitian sosial (sosiologis.com, 2018). Objek penelitian dari penelitian ini adalah salah satu merek kosmetik lokal yang telah berdiri sejak 2020, yaitu Secondate Beauty.

1.1.1 Secondate Beauty



Gambar 1.1 Logo Secondate Beauty

Sumber: google.com, 2021.

Secondate Beauty merupakan sebuah merek kosmetik lokal yang didirikan di tahun 2020 dibawah naungan PT Berani Cantik Indonesia oleh Titan Tyra dan Gitta Amelia. Secondate Beauty sendiri memiliki keinginan untuk menciptakan perusahaan kecantikan yang dapat berputar di sekitar cerita para calon konsumennya. Secondate Beauty juga mengklaim bahwa mereka memberikan kualitas yang terbaik dengan hasil jerih payah mereka dalam mencari bahan-bahan untuk produk-produknya. Secondate Beauty juga memastikan bahwa produk-produknya terbukti *cruelty-free* atau produk-produk yang diproduksi oleh Secondate Beauty tidak diujicobakan kepada hewan (SECONDATE, 2020).

Saat ini, Secondate Beauty telah mengeluarkan sebanyak 6 produk utamanya yaitu *Milky Gel Lip Tint*, *Gel Lip Gloss*, *Brow People*, *Instapeach Eyeshadow Palette*, *Rude Nude Eyeshadow Palette*, dan *Antibacterial Hand Sanitizer Cream*. Selain itu, Secondate Beauty juga mengeluarkan produk kolaborasi pertamanya dengan KURVE,

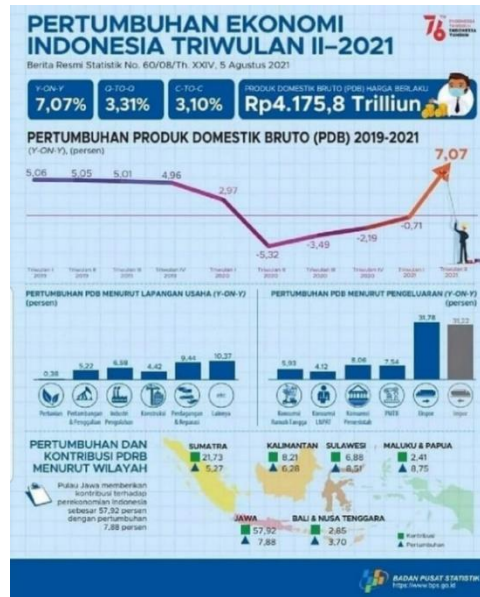
sebuah merek busana lokal, yaitu *Courage Bodysuit*, *Brave Heart Long Sleeve Top*, *Embrace Dress*, dan *Bolder Tank*.

Pembelian produk Secondate Beauty hanya dapat melalui website mereka, yaitu secondatebeauty.com, dan juga melalui *e-commerce* Tokopedia dan Shopee.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Menghilangnya batas-batas antarnegara (Irma, 2021) atau yang biasa disebut sebagai Globalisasi terbukti memberikan banyak dampak kepada masyarakat, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Salah satu bidang yang sangat terpengaruh dengan adanya globalisasi adalah bidang ekonomi. Dengan adanya barang-barang yang berdatangan dari luar negeri membuat para produsen lokal harus berpikir keras untuk tetap bertahan dalam pasar sehingga dapat bersaing dengan produk-produk luar negeri. Hal ini tentu memicu masyarakat luas untuk bersikap kreatif dan inovatif agar dapat bersaing di ranah global.

Berdasarkan data yang didapat dari Badan Pusat Statistik (BPS), nilai ekspor Indonesia mencapai US\$ 21,42 miliar pada Agustus 2021. Angka ini meningkat 20,95% dibandingkan Juli 2021 yang sebesar US\$ 17,71 miliar (m-to-m). Angka ini juga menunjukkan adanya kenaikan jika dibandingkan dengan tahun lalu, sebesar 64,1% pada Agustus 2020 yang sebanyak US\$ 13,1 miliar (y-on-y) (Jayani, 2021).



Gambar 1.2 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2021

Sumber: kumparan.com

Hal ini tentu memvalidasikan bahwa masyarakat kian berinovasi dan berpikir kreatif untuk bisa bersaing secara global dari semua sektor ekonomi. Dapat dilihat pula pada Gambar 1.2 diatas bahwa sektor perindustrian meningkat 6.58% dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Bintang, 2021). Seperti yang telah kita ketahui, Industri Bahan Kosmetik dan Kosmetik termasuk di dalam sektor perindustrian.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada kuartal I-2020, pertumbuhan farmasi, industri kimia, dan obat tradisional termasuk kosmetik tumbuh 5,59%. Pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia juga diperkirakan naik 7% pada 2021 (Rizaty, 2021). Menteri Perindustrian juga berkata bahwa dengan adanya pandemik, pola belanja konsumen telah bergeser dari *offline* menjadi *online*. Hal ini didapat dari data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian yang menunjukkan adanya peningkatan transaksi *online* produk *bodycare* seperti kosmetik dan spa sebesar 80% di 2020 (Situmorang, 2021). Dengan adanya fenomena ini, para pebisnis di Indonesia tertarik untuk terjun dalam industri kosmetik karena melihat adanya peluang.

Besarnya peluang dalam berkecimpung di industri kosmetik menyebabkan munculnya merek-merek kosmetik lokal dengan kualitas yang tidak kalah bagus dan juga terlihat dapat bersaing dalam pasar global. Make Over, Emina, BLP Beauty, Mother of Pearl, dan Secondate Beauty merupakan salah satu contoh dari merek kosmetik lokal baru yang muncul dan kini banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Tidak sedikit dari merek-merek kosmetik lokal ini selalu terjual habis dalam menjual produk-produknya. Tidak terkecuali Secondate Beauty.

Dalam peluncuran produk pertamanya, *Milky Gel Lip Tint* di bulan Februari 2020, Secondate Beauty menerima antusias dari masyarakat yang sangat besar. Hal ini terbukti dari produk pertamanya yang terjual habis hanya dalam waktu 7 menit melalui websitenya maupun *e-commerce* Shopee (Secondatebeauty, 2020). Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.3 dan Gambar 1.4. Salah satu faktor yang membuat produk pertamanya ini diminati oleh banyak masyarakat ialah *brand branding* yang unik dan pemanfaatan *social media influencer* sebagai media promosi. Juga, warna-warna *lip tint* dan kemasan produknya membuat *Milky Gel Lip Tint* ini patut untuk dicoba.



Gambar 1.3 *Milky Gel Lip Tint*

Sumber: [instagram.com/secondatebeauty](https://www.instagram.com/secondatebeauty)



Gambar 1.4 Produk *Milky Gel Lip Tint* terjual habis dalam waktu 7 menit

Sumber: [instagram.com/secondatebeauty](https://www.instagram.com/secondatebeauty)

Sayangnya, ketika produk sampai di tangan konsumen, Secondate Beauty mendapatkan banyak sekali keluhan dan ulasan negatif karena produk *Milky Gel Lip Tint* tersebut. Para konsumen ini memberikan beberapa keluhan dan ulasan negatif mengenai kualitas produknya. Banyak konsumen yang menganggap bahwa kemasan produk *Milky Gel Lip Tint* ini dianggap kurang memuaskan, warna *lip tint* yang tidak sesuai ekspektasi, dan lain-lain.



Gambar 1.5 Salah satu ulasan konsumen Secondate Beauty dalam *e-*

commerce Shopee

Sumber: [shopee.co.id](https://www.shopee.co.id)



Gambar 1.6 Salah satu ulasan konsumen Secondate Beauty dalam *e-commerce* Shopee

Sumber: shopee.co.id



Gambar 1.7 Salah satu ulasan konsumen Secondate Beauty dalam *e-commerce* Shopee

Sumber: shopee.co.id



Gambar 1.8 Salah satu ulasan konsumen Secondate Beauty dalam *e-commerce* Shopee
Sumber: shopee.co.id

Lebih dari 10.000 penjualan dan ribuan ulasan dari setiap warna yang dimiliki *Milky Gel Lip Tint* ini ternyata juga memiliki ulasan rating dengan akumulasi bintang 5 sebanyak 27.500, bintang 4 sebanyak 1.383, bintang 3 sebanyak 199, bintang 2 sebanyak 40, dan bintang 1 sebanyak 28 ulasan terhitung hingga hari ini pada *e-commerce* Shopee. Adanya ulasan baik yang positif maupun negatif dari konsumen, mencerminkan bahwa adanya perbedaan persepsi dan kesan konsumen terhadap merek Secondate Beauty, terutama dalam produk *Milky Gel Lip Tint*.

Dapat dilihat dari Gambar 1.5 dan Gambar 1.6, ulasan yang diberikan oleh konsumen Secondate Beauty mengenai produk *Milky Gel Lip Tint* yang diterimanya meninggalkan kesan buruk bagi konsumen. Hal ini tentu merefleksikan adanya permasalahan kualitas produk yang dimiliki Secondate Beauty. Namun, berdasarkan gambar 1.7 dan 1.8, ulasan yang diberikan salah satu konsumen Secondate Beauty mengenai *Milky Gel Lip Tint* ini memberikan kesan yang baik bagi konsumen.

Dari data yang dipaparkan diatas semakin memperkuat bahwa adanya persepsi konsumen yang berbeda-beda terhadap produk yang dimiliki Secondate Beauty ini. Adanya informasi dan pengetahuan yang didapatkan konsumen melalui ekspektasi dan

pengalaman dalam produk yang dibelinya, menyebabkan munculnya citra merek dalam benak konsumen itu sendiri.

Di sisi lain, kualitas produk *Milky Gel Lip Tint* dalam sisi positif maupun negatif yang dirasakan oleh konsumen juga memungkinkan berdampak kepada citra merek dari Secondate Beauty itu tersendiri. Kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen serta fitur, spesifikasi, estetika produk dan indikator lainnya yang dirasakan oleh konsumen dapat menjadi faktor yang kuat dalam memberikan pandangan terhadap citra merek Secondate Beauty.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Nufitriana dan Iriani (2018), variabel citra merek yang terdiri dari identitas merek dan citra produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dan variabel kualitas produk juga menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

Dengan adanya kualitas produk dan terciptanya citra merek dari pelanggan, hal ini memungkinkan dapat memberikan dampak terhadap minat beli ulang konsumen terhadap produk *Milky Gel Lip Tint* ini. Setelah konsumen mendapatkan pengalaman dari pembelian yang sudah dilakukan, dari situlah konsumen bisa menilai dan mengevaluasi produk tersebut dan konsumen dapat menentukan apakah semua faktor kualitas produk dan citra merek yang ada di benak konsumen memicu minat beli ulang konsumen Secondate Beauty terhadap produk *Milky Gel Lip Tint*-nya.

Minat beli ulang dapat terjadi ketika konsumen merasa puas dan kebutuhannya terpenuhi dengan membeli produk atau jasa yang telah dilakukannya di masa lalu. Dalam penelitian ini, minat beli ulang menjadi faktor yang dipengaruhi akibat adanya pembelian *Milky Gel Lip Tint* yang dilakukan konsumen dengan mempertimbangkan kualitas produk yang diterimanya dan citra merek yang tercipta akibat dari pembelian produk Secondate Beauty tersebut.

Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli ulang konsumen ini penting untuk diteliti karena penelitian ini dilakukan untuk menentukan apakah kualitas produk dan/atau citra merek dapat mempengaruhi konsumen dalam minat mereka membeli ulang produk Secondate Beauty khususnya produk *Milky Gel Lip Tint*

dan variabel serta indikator manakah yang paling kuat mempengaruhi minat beli ulang konsumen tersebut. Penelitian ini juga penting untuk dilakukan untuk memberikan wawasan dan masukan kepada perusahaan (Secondate Beauty) mengenai kualitas produk *Milky Gel Lip Tint* serta citra merek perusahaan dari perspektif konsumen.

Maka dari itu, setelah melakukan analisa detail mengenai fenomena yang sudah diuraikan diatas, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Secondate Beauty terhadap Minat Beli Ulang Konsumen”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berkembang pesatnya Globalisasi menyebabkan batas-batas antarnegara pun semakin pudar dan memberikan dampak pada terciptanya pasar global. Dengan adanya pasar global, maka semua sektor yang ada ikut terdampak, tidak terkecuali pasar ekonomi. Pasar ekonomi terdiri dari banyak sektor, salah satunya adalah sektor perindustrian. Sub-sektor Industri Bahan Kosmetik dan Kosmetik juga diproyeksikan menaik 7% pada 2021.

Mengetahui hal ini, para pebisnis tentu tidak akan menyia-nyiaikan kesempatan untuk berkecimpung dalam industri kosmetik. Banyak sekali merek-merek kosmetik lokal yang bermunculan di Indonesia, salah satunya adalah Secondate Beauty. Secondate Beauty mengeluarkan produk pertamanya, *Milky Gel Lip Tint*, yang disambut meriah oleh para masyarakat Indonesia terutama kaum perempuan, terbukti dengan cepatnya *Milky Gel Lip Tint* terjual pada saat hari penjualannya. Namun, setelah para konsumen menerima produk *Milky Gel Lip Tint* yang dibelinya, banyak sekali konsumen yang merasa kecewa akibat kualitas dari produk tersebut. Ulasan-ulasan dan pengalaman konsumen tersebut dapat memberikan persepsi yang berbeda-beda terhadap merek Secondate Beauty. Sehingga, diperlukan metode untuk meneliti apakah adanya keluhan terhadap kualitas produk *Milky Gel Lip Tint* dan citra merek Secondate Beauty ini dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penulis mendapati beberapa pertanyaan mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Secondate Beauty terhadap Minat Beli Ulang Konsumen”, antara lain:

1. Seberapa besar penilaian responden tentang kualitas produk *Milky Gel Lip Tint* dan citra merek *Secondate Beauty*?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen *Secondate Beauty*?
3. Seberapa besar pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang konsumen *Secondate Beauty*?
4. Seberapa besar pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen *Secondate Beauty*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka tujuan penelitian ini antara lain adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar penilaian responden tentang kualitas produk *Milky Gel Lip Tint* dan citra merek *Secondate Beauty*.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen *Secondate Beauty*.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang konsumen *Secondate Beauty*.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan citra merek *Secondate Beauty* terhadap minat beli ulang konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan dalam bidang manajemen dan pemasaran yang memperhatikan kualitas produk dan citra merek dalam mengikuti perkembangan pasar. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan mengenai kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli ulang.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dan masukan untuk *Secondate Beauty*, dan perusahaan lainnya tentang mementingkan kualitas produk dan citra merek sebagai media pemasaran dan promosi untuk mengetahui minat beli ulang

perusahaan terhadap produknya. Sehingga dapat meningkatkan kualitas, layanan, dan kepentingan perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan singkat, padat, dan umum yang secara tepat menggambarkan isi penelitian. Isi bab ini meliputi: gambaran umum tujuan penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, keunggulan penelitian dan sistematisasi dalam penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup teori-teori mulai dari umum ke khusus, yang menyertai penelitian sebelumnya dan diikuti oleh kerangka kerja yang diakhiri dengan hipotesis sesuai kebutuhan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis hasil yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini mencakup uraian tentang jenis penelitian, aktivitas variabel, populasi dan sampel (kuantitatif)/status sosial (kualitatif), pengumpulan data, pengujian validitas, tingkat dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sedemikian rupa sehingga merumuskan masalah dan tujuan penelitian dan disajikan dalam subjudul tersendiri. Bab ini terdiri dari dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan harus dimulai dengan hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan, dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dilakukan perbandingan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan adalah jawaban dari pertanyaan penelitian, dan kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.