

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Ms Glow merupakan sebuah Produk Skin Care dan Kosmetik kecantikan yang telah berdiri sejak tahun 2013 dengan motto Magic for Skin yang didirikan oleh Shandy Purnamasari dan Maharani Kemala dengan dilatar belakangi karena para pemilik ingin memberikan kemudahan dalam hal merawat kesehatan kulit dan meningkatkan produk dalam negeri untuk perawatan Kesehatan kulit dan kosmetik agar dapat bersaing dengan produk luar. Ms Glow berfokus mengembang produk Skincare, Bodycare dan Kosmetik serta dapat berkembang secara cepat di Indonesia dan telah memiliki Agen resmi di seluruh Indonesia selain itu, MS Glow memiliki 4 Cabang Klinik yang berada di Kota besar Indonesia untuk memberikan Kepuasan dan Kepercayaan Customernya. Tidak hanya itu MS Glow telah memiliki sertifikat resmi dari BPOM, Halal dan teruju klinis.

MS Glow mempunyai Distributor Agent, yang diberikan stok langsung Skala besar bertujuan agar memudahkan para Konsumen di Kota masing-masing Agent, sedangkan untuk Reseller dan juga Member dapat melakukan pembelian secara Online. Pada tahun 2020 Berdasarkan Data dari IBBA pada sisi Brand Awaraness MS Glow telah menjadi Top Of Mind atau merek yang paling diingat oleh konsumen.

Belum lama ini MS Glow telah mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) yaitu mencetak rekor penjualan produk dengan jaringan tercepat di Indonesia sebanyak 78.147 jaringan penjualan. Keberhasilan penjualan ini dikarenakan saat awal mendirikan produk MS Glow belum ada produk atau penjual lain yang menawarkan secara online.

Produk yang di hasilkan oleh MS Glow sudah banyak dan bervariasi, jika dilihat saat ini kurang lebih ada 40 produk yang sudah di luncurkan. Beberapa produk yang di lucurkan antara lain paket Whitening di peruntukan untuk kulit normal dan kusam, paket Acne untuk kulit wajah yang berjerawat dan berminyak, paket Luminous untuk kulit kusam dan menghilangkan bekas jerawat, paket Ultimate khusus untuk wajah berflek dan penuaan. Selain itu masih banyak produl lainnya.

1.1.2 Logo Perusahaan

Berikut adalah gambar logo Dari MS Glow sebagai identitas merek :



Gambar 1. 1 Logo Ms Glow

Sumber : (MSGlow.Store , 2022)

1.1.3 Visi dan Misi

Visi : Menjadikan Wanita Indonesia menjadi leboh cantik, sehat dan cerah.

Misi : Memberikan kemudahan dalam hal perawatan Kesehatan kulit dan mengangkat produk local untuk Kosmetik dan perawatan kulit agar bisa bersaing di Era Globalisasi.

1.1.4 Produk MS Glow



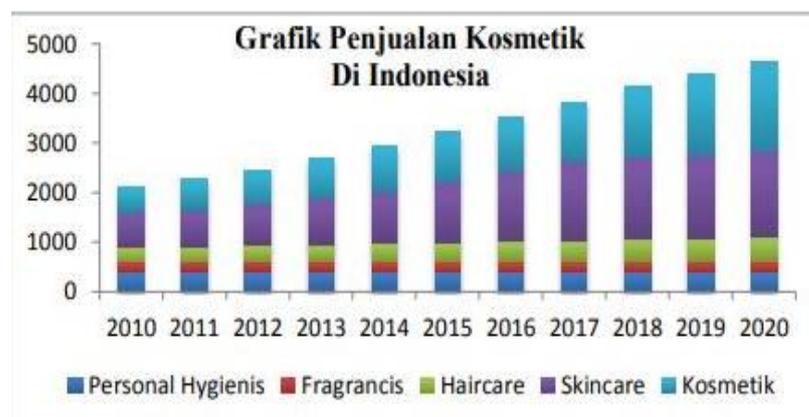
Gambar 1. 2 Produk Ms Glow

Sumber : (MSGlowbyCantikskincare.com, 2022)

MS Glow merupakan produk perawatan wajah yang sangat populer saat ini. Produk ini memiliki serangkaian perawatan mulai dari bodycare, skincare dan kosmetik dengan berbagai jenis kebutuhan kondisi kulit. Seperti Mencerahkan kulit, menutrisi kulit, menghaluskan permukaan wajah, menghilangkan bekas jerawat dan lain sebagainya.

1.2 Latar Belakang

Meningkatnya Pertumbuhan ekonomi di era globalisasi membawa dampak besar bagi sektor industri di Indonesia, termasuk industri Kecantikan, terlihat pada Gambar 1.3 dibawah ini, data yang di riset oleh Cekindo.com mencatat grafik penjualan Kosmetik kecantikan di Indonesia terus meningkat dibandingkan tahun 2010 sampai dengan 2020. menjadikan Indonesia sebagai pasar kosmetik yang menguntungkan. Perusahaan industri kosmetik di Indonesia berlomba-lomba menciptakan trobosan baru agar lebih produktif dan menghadirkan yang terbaik bagi konsumen. Karena tuntutan agar tampil cantik bagi Wanita sudah menjadi kebutuhan utama.



Gambar 1. 3 Grafik Penjualan Kosmetik Di Indonesia

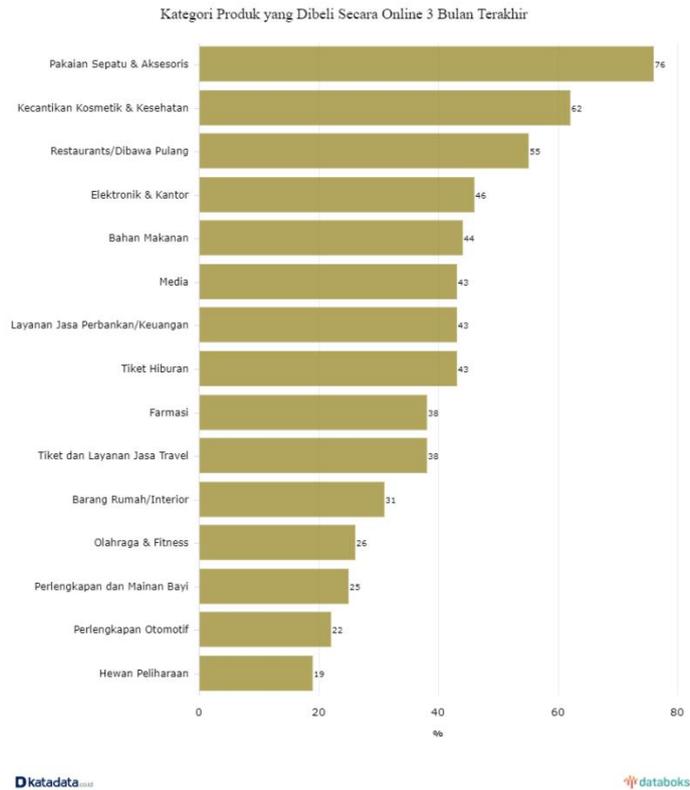
Sumber: (cekindo.com, 2020)

Skincare merupakan perawatan kulit yang sedang tren di kalangan masyarakat saat ini. Semakin banyaknya masyarakat yang paham akan pentingnya Kesehatan kulit dan wajah. Terlihat dari berita gambar 1.4 banyaknya orang yang menyebarkan berbagai informasi tentang perawatan kulit dan beragam produk skincare yang banyak di produksi dan dikembangkan.



Gambar 1. 4 Tren Produk Kecantikan di Indonesia Tahun 2021

Sumber : (GoodnewsfromIndonesia.id, 2021)



Gambar 1.5 Kategori Produk Yang Dibeli Secara Online 3 Bulan Terakhir

Sumber : (Mashmoshem.co.id, 2021)

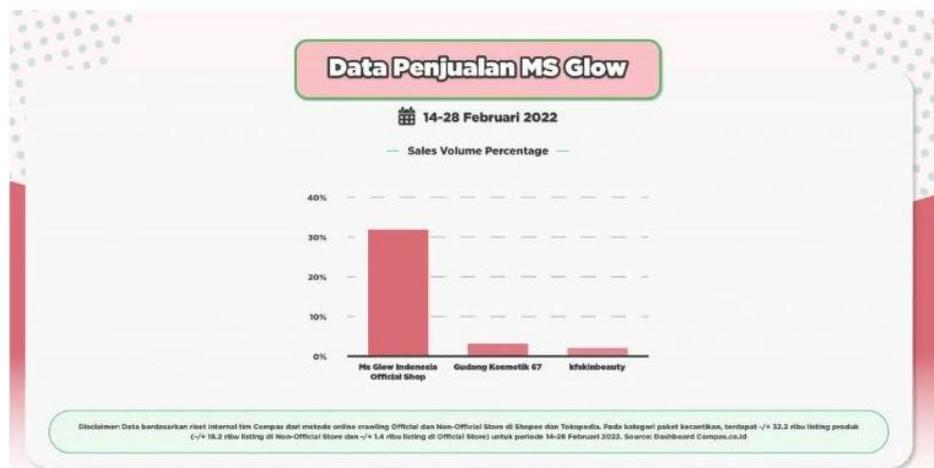
Berdasarkan Gambar 1.5 tersebut diketahui bahwa data yang dikumpulkan Katadata.com selama Januari sampai dengan April 2020 dalam kurun waktu tiga bulan kategori produk kecantikan kosmetik dan Kesehatan berada di posisi kedua dengan perolehan jumlah 62% setelah kategori produk Pakaian sepatu dan aksesoris yang berada di posisi pertama dengan perolehan jumlah 76%. Jika dilihat jumlah data yang diperoleh kategori produk kosmetik kecantikan dan Kesehatan tidak terlalu jauh dari jumlah data pakaian sepatu dan aksesoris. Hal ini menjadi fenomena yang menarik karena kosmetik kecantikan telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat luas.



Gambar 1.6 Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-commerce Bulan Mei 2021

Sumber : (Alinea.id, 2021)

Pada gambar 1.6 data dari Compas.co.id memperlihatkan 5 skincare lokal terlaris di e-commerce dari periode 1 Mei – 31 Mei. Hasil memperlihatkan bahwa MS Glow merupakan *Brand* yang paling laris dengan pendapatan selama periode tersebut sebesar RP. 74,82 Milliar, selain itu adapun *Brand* Scarlett dengan pendapatan RP. 29,78 Milliar dan juga Something sebesar RP. 22,45 Milliar. MS Glow sendiri merupakan *Brand* kecantikan yang sudah berdiri dari tahun 2013 serta sudah bersertifikat Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan Hallal.



Gambar 1.7 Data Penjualan MS Glow

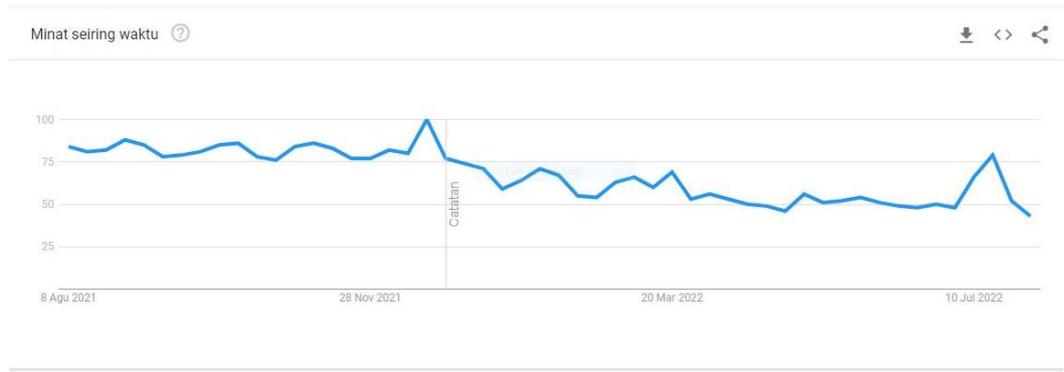
Sumber: (Compas.co.id. 2022)

Berdasarkan data riset dari [Compas.co.id](https://www.compas.co.id) pada gambar 1.7 diperlihatkan bahwa data penjualan MS Glow mempunyai *Traffic* yang stabil dan sering menguasai pasar kecantikan. Pada kategori produk kecantikan, terdapat kurang lebih 32,2 ribu listing produk. Diantaranya pada periode 14 -28 Februari 2022 yaitu sebesar 16,2 ribu listing *non-official* store dan 1,4 ribu listing di official store. Bisa dilihat dari gambar 1.8 dibawah ini, Salah satu produk andalan dari MS Glow yaitu paket kecantikan yang dapat membantu memenuhi kebutuhan kulit wajah. Produk ini berisikan sebuah set skincare yaitu toner, sabun cuci muka, *Day Cream* dan *Night Cream*. Paket wajah MS Glow memiliki empat paket dengan fungsi yang berbeda terdiri dari paket *Acne*, *Whitening*, *Ultimate*, dan paket *Luminous*. Oleh karena itu dalam kurun waktu 2 minggu pada periode 14 – 28 Februari 2022 data penjualan MS Glow meningkat.



Gambar 1.8 Top Produk Paket Kecantikan MS Glow

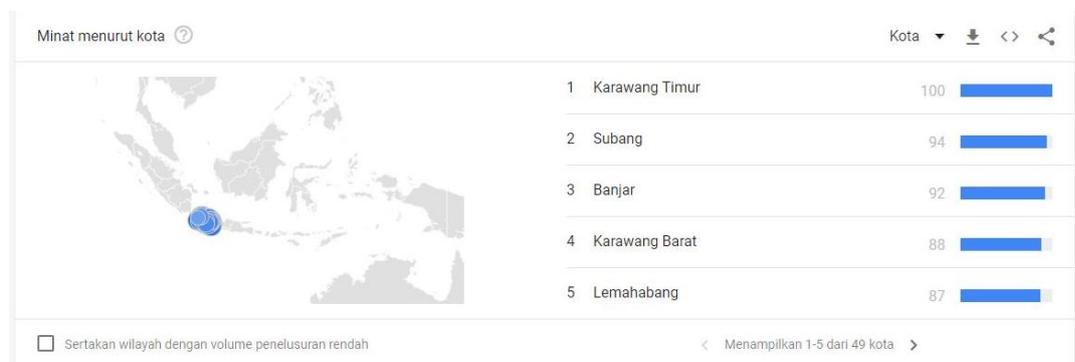
Sumber: (Compas.co.id, 2022)



Gambar 1.9 Minat Seiring Waktu

Sumber: (Google Trends, 2022)

Pada gambar 1.9 merupakan minat pencarian Brand MS Glow di google trends selama kurun waktu 2021 – 2022. Dapat dilihat dari grafik diatas pada bulan juli 2022 grafik MS Glow bearada di 78 hasil itu menurun dari bulan Desember 2021 denagan grafik pada posisi 100. Melihat data grafik yang naik turun seiring waktu pada produk MS Glow di Google trends, membuat produk MS Glow masih begitu populer di kalangan masyarakat Indonesia.



Gambar 1. 10 Minat Menurut Kota di Jawa Barat

Sumber: (Google Trends, 2022)

Dilihat Pada Gambar 1.10 Minat Menurut Kota di Jawa Barat, Kota yang memiliki peminat paling tinggi pada Brand MS Glow yaitu Kota Karawang yang berada diposisi 1 dan posisi 4. Kota Karawang Timur berada pada posisi pertama dengan memiliki nilai 100 dan Kota Karawang Barat berada pada posisi empat dengan nilai 88, itu artinya peminat pada brand MS Glow dikota karawang sangat tinggi. Oleh karena itu penulis tertarik meneliti *Brand* MS Glow dikota Karawang, untuk

mengetahui apa pengaruh dari produk MS Glow di Kota tersebut, mengapa memiliki peminat yang tinggi apa yang mempengaruhi hal tersebut. Maka peneliti melakukan pra – survey kepada 30 responden menggunakan Teknik wawancara untuk mengetahui tanggapan dari responden.

Pertanyaan	ya	Tidak
Apakah Anda pengguna produk MS Glow?	90%	10%
Apakah anda sudah lama menggunakan produk MS Glow?	90%	10%

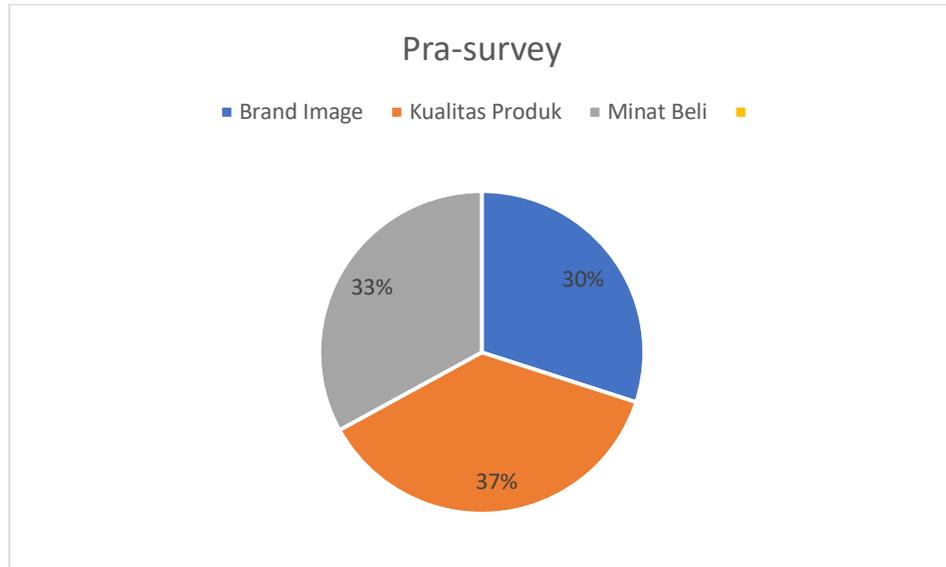
Tabel 1. 1 Pra – Survey Konsumen MS Glow

Sumber: Data Olah peneli (2022)

Dari data pra – survey tabel 1.1 dengan pertanyaan tersebut, dapat dilihat sari 30 responden 27 responden dengan nilai persentase sebesar 90% telah menggunakan produk MS Glow. 3 responden dengan nilai persentase 10% menjawab tidak menggunakan produk MS Glow dikarenakan sudah menggunakan produk lain.

Terkait fenomena yang terjadi , dengan Gambar 1.9 yaitu grafik minat seiring waktu dari data google.trens yang menunjukkan turunnya grafik pada tahun 2022 dari tahun 2021. Jika dilihat dari gambar 1.10 zona wilayah yang memiliki minat tertinggi berada di kota Karawang, itu artinya MS Glow memiliki banyak konsumen di Kota Karawang. Oleh karena itu apa yang mempengaruhi dan menyebabkan tingginya minat terhadap produk MS Glow di kota karawang sedangkan pada grafik minat pencarian mengalami penurunan.Untuk itu Penulis melakukan survey kepada masyarakat di kota karawang dengan cara membagikan beberapa pertanyaan pada pra-survey dengan menggunakan Teknik wawancara untuk mengetahui apa yang mempengaruhi minat konsumen terhap produk MS Glow.

Pra-Survey Minat beli



Sumber: Data olah Peneliti

Hasil Pra-survey diatas dari 100 Responden menjawab Variabel Brand image memiliki hasil 9 responden dengan nilai 30%, Variabel Kualitas Produk memiliki hasil 11 responden dengan nilai 37% dan Variabel Minat Beli memiliki hasil 10 responden dengan nilai 33%. dengan pernyataan tersebut, maka dapat dilihat jawaban keseluruhan Sebagian besar responden menggunakan produk MS Glow karena memiliki citra merek yang baik dikalangan masyarakat sehingga membuat produk MS Glow tetap menjadi pilihan utama konsumen. Menurut Kenneth dan Donald (2018). Citra Merek dapat menggambarkan suatu perasaan yang dimiliki oleh konsumen bisnis di seluruh organisasi dan produk individual atau lini individu. Selain itu Dedhy Pradana (2017). Mengatakan bahwa citra merek ialah kesan yang di dapat sesuai dengan pemahaman seseorang terhadap sesuatu. Menurut Tjiptono (2005). Yaitu menjelaskan sebuah asosiasi dan keyakinan konsumen kepada merek tertentu. Dalam melakukan pembelian suatu produk atau merek yang paling mereka sukai, konsumen akan memiliki rasa keterpuasan sebagai suatu perilaku dalam pembelian tersebut. Terkadang konsumen akan memiliki presepsi terhadap suatu merek dan perusahaan di karenakan *image*-nya. Dari presepsi lah konsumen dapat menentukan minatnya untuk membeli suatu produk atau tidaknya.

Citra merek yang ada pada produk MS Glow membuat konsumen tetap berminat menggunakan produk tersebut. Mengapa citra merek dari produk MS Glow begitu melekat dikalangan masyarakat di kota Karawang, apakah pengaruh Kualitas menjadi

salah satu terbentuknya citra yang baik sehingga membuat konsumen tetap menggunakan produk MS Glow. Untuk mengetahui apakah benar kualitas produk mempengaruhi terbentuknya citra merek dikalangan masyarakat. Berikut adalah hasil pra survey yang ada pada Kualitas Produk, yaitu:

Dilihat dari hasil pra-survey dapat dilihat bahwa Kualitas yang dimiliki oleh produk MS Glow membuat konsumen tetap bertahan menggunakan produk tersebut karena banyaknya paket produk MS Glow memudahkan responden untuk mencari kebutuhan jenis kulitnya serta MS Glow sudah bersertifikat Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), namun masih ada beberapa responden yang tidak puas dengan kualitas produk MS Glow karena tidak membantu menyembuhkan kebutuhan kulitnya dan memiliki efek samping terhadap kulitnya. Menurut Saputra et al, (2017) Mengatakan bahwa kualitas produk memiliki peranan penting terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, karena kualitas produk yang bagus memberikan dampak yang baik untuk perusahaan. Artinya seberapa pengaruhkah kualitas produk yang dimiliki MS Glow sehingga membuat minat masyarakat yang akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. Berikut adalah hasil pra-survey menggunakan Teknik wawancara kepada 30 responden untuk mengetahui seberapa berpengaruh kualitas produk terhadap minat beli, yaitu:

Didukung dari hasil jawaban responden pada pra-survey diatas dapat dilihat secara garis besar responden berminat untuk menggunakan produk MS Glow karena cocok dan sesuai dengan kebutuhan kulit wajah para konsumen, tetapi masih ada beberapa responden yang tidak berminat menggunakan produk MS Glow karena tidak cocok dikulit wajah dan menimbulkan efek samping serta iritasi pada kulit. Minat beli menjadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh para penjual. Karena minat merupakan suatu keadaan yang mendahului sebelum dipertimbangkan atau membuat keputusan dalam memilih sebuah produk atau layanan jasa. Minat dalam membeli menciptakan suatu motivasi yang akan diingat oleh konsumen dan dapat menjadi keinginan yang sangat kuat dan akhirnya menjadi pilihan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Minat beli merupakan salah satu bagian komponen dari perilaku konsumen dalam sebuah sikap dengan cara mengkonsumsi dan kecenderungan seseorang untuk bisa bertindak sebelum melakukan pembelian yang sesungguhnya.

Kinnear dan Tylor (Fitria, 2018). Menurut Febriani dan Dewi, (2018) Menyatakan bahwa minat beli merupakan sesuatu yang muncul dengan sendirinya setelah menerima respon yang di dapat dari produk yang dilihatnya dan timbul rasa ingin keinginan untuk memilikinya.

Berdasarkan uraian diatas penulis pada penelitian ini akan membahas lebih lengkap tentang Citra Merek dan kualitas produk terhadap minat beli produk MS Glow dengan mengambil udul “ **PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK MS GLOW DI KOTA KARAWANG**”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Gambaran, uraian dan penjelasan yang berada di latar belakang penelitian ini memiliki beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Minat Beli MS Glow di Karawang ?
- b. Bagaimana *Brand Image* dan Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli MS Glow di Karawang?
- c. Bagaimana *Brand Image* dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli MS Glow di Karawang ?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini di tunjukan untuk mencari tahu dan menganalisis Rumusan masalah yang di akan di paparkan. Yaitu mengetahui pengaruh *Brand Image* dan *Quality Product* dalam Minat Beli MS Glow di Karawang.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Dengan adanya penelitian ini di harapkan dapat memberikan hasil yang berguna dan bermanfaat, serta dapat menambah pengetahuan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Di harapkan dengan adanya penelitian ini bisa memberikan masukan dan gagasan baru untuk MS Glow.

1.6 Lokasi dan Objek penelitian

Lokasi yang akan di gunakan penulis untuk meneliti penelitian ini yaitu di Kota Karawang dengan objek penelitian Konsumen Produk MS Glow se kota Karawang yang akan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner online berupa angket dengan Teknik sampling dalam pengambilan sampel respondenya.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan untuk penelitian berjudul “ Penengaruh *Brand Image* dan Kualitas produk terhadap Minat Beli Produk MS Glow di Kota Karawang”.

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisikan gambaran umum dari objek penelitian, Latar belakang masah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang teori serta literature pemasaran yang dikaitkan dengan topik penelitian. Dengan variable *Brand Image*, Kualitas Produk dan Minat Beli. Kerangka pemikiran, kerangka teoritis dan penelitian terdahulu.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini mengenai penjelasan jenis penelitian yang di lakukan, variable operasional yang di gunakan, menentukan jumlah pupulasi dan sampel, uji validitas dan realibilitas, serta Teknik analisis data.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab mengenai hasil penelitian dan pembahasan dari topoik yang diangkat di dalam penelitian.

BAB V. kesimpulan dan saran

Bab kesimpulan dan saran berisikan tentang kesimpulan yang di dapatkan dari hasil penelitian. Serta saran yang harus dilakukan di masa mendatang.