

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman maka persaingan dalam dunia pemasaran semakin ketat. Tidak sedikit perusahaan mengeluarkan produk yang serupa dengan merek yang berbeda guna memenangkan pasar disetiap golongan. Dalam hal ini, industri kosmetik adalah salah satu industri yang memiliki pertumbuhan positif dan lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi nasional dan telah menarik banyak perhatian masyarakat khususnya wanita sehingga membuat para produsen berlomba lomba berinovasi menciptakan beragam produk baru.

Industri kosmetik yang berkembang pesat di Indonesia tidak hanya kosmetik produksi dalam negeri saja namun ada juga kosmetik impor. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat sepanjang kuartal I/2019 industri farmasi, produk obat kimia, dan obat tradisional tumbuh sebesar 8,12% secara tahunan dengan nilai Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp 21,9 triliun. Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia (Perkosmi) mengatakan saat ini sebesar 80% bahan baku kosmetik masih didatangkan dari luar negeri. Berdasarkan catatan Kemenperin, ekspor produk kosmetik selama 2018 senilai US \$556,36 juta, naik dibandingkan tahun sebelumnya yang senilai US \$516,88 juta. Walaupun mengalami peningkatan ekspor, di sisi impor juga mengalami kenaikan dari US \$631,66 juta menjadi US \$850,15 juta sepanjang tahun lalu. (<https://ekonomi.bisnis.com>)

Kosmetik itu sendiri diartikan sebagai bahan atau persediaan untuk digunakan pada bagian luar dari tubuh manusia seperti kulit, rambut dan wajah yang bertujuan untuk membersihkan, mempercantik dan melindungi atau menjaga diri agar sentiasa dalam keadaan yang baik dan cantik. Untuk memenuhi standar kecantikan yang sedang trend saat ini, para wanita dunia khususnya di Indonesia hampir tidak bisa dijauhkan dari kosmetik di kehidupan sehari-hari mereka.

Seperti produk kosmetik wanita yang telah lama hadir dikalangan para wanita yaitu salah satunya adalah Maybelline yang telah dikenal sebagai merek kecantikan teratas dunia. Maybelline terkenal mampu menyajikan produk kecantikan trendi, berjiwa muda, dan berkualitas. Tetapi tidak semua kaum wanita yang memakai dan membeli produk kosmetik Maybelline merasa puas dikarenakan ada berbagai faktor yang menghambat dan yang tidak selalu sesuai dengan apa yang diharapkan dan juga kualitas yang belum tentu cocok pada konsumen.

Banyaknya ragam kosmetik yang hadir menciptakan peluang bagi para produsen untuk memasarkan produknya ke berbagai kota maupun negara. Begitu juga dengan brand yang satu ini, sejak awal sudah disambut banyak pecinta kosmetik di Indonesia. Focallure sendiri adalah produk milik Guangzhou Jizhi Trading Co.Ltd., perusahaan yang juga menyediakan produk OEM (Original Equipment Manufacturing) / ODM (Original Design Manufacturing). Jadi mereka memproduksi berbagai produk kosmetik lalu diberi label merek oleh pemilik brand-nya sendiri. Brand asal China ini, berdiri pada tahun 2014 dan berkembang di platform Aliexpress. Focallure memiliki bentuk kemasan yang sederhana namun indah di mata dan pemilihan warna yang tepat untuk dapat digunakan segala usia dan segala jenis kulit. Yang lebih menariknya, harga produknya sangat terjangkau namun memiliki kualitas yang tidak kalah dibanding brand kosmetik lainnya.

Focallure juga termasuk salah satu brand yang banyak diminati oleh kalangan wanita di Indonesia dari segala usia, mulai usia remaja hingga dewasa. Focallure merupakan kategori produk perawatan kesehatan kulit bagian luar wanita yang terus berlomba memenangkan persaingan pasar kosmetik dunia dengan terus melakukan inovasi produk dengan cara mengeluarkan berbagai jenis kosmetik kecantikan seperti lipstik, silky powder, blush on, mascara, eyeliner, eyeshadows, highlighter dan alat kosmetik seperti brushes dan beauty blender, guna memenuhi kebutuhan konsumen perempuan di Indonesia yang semakin meningkat. Oleh sebab itu konsumen perlu mengetahui faktor-faktor apa yang

mempengaruhi seorang wanita tertarik pada jenis kosmetik tertentu dan bisa merasa puas terhadap kosmetik yang digunakannya.

Focallure didedikasikan untuk menyebarkan pemikiran tentang keindahan dan cinta tanpa batas dengan menghadirkan produk yang memiliki kualitas terbaik dengan harga terjangkau yang diformulasikan secara mewah bersama teknologi yang dapat diandalkan. Belum lama ini Focallure telah menggandeng seorang *beauty vlogger* dalam memasarkan produknya dengan mengeluarkan varian kosmetik terbaru jenis palette ‘The Needs Face palette x Tasya Farasya’ yang tentunya menarik kalangan wanita dalam mencoba berdandan ala *beauty vlogger* ini. Dengan membawa salah satu *icon beauty* ini tentunya perusahaan mengharapkan produknya dapat dikenal dan digunakan oleh masyarakat umum.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini berupaya melakukan penelitian mengenai “Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Citra Merek (*Brand Image*), dan Bintang Iklan (*Celebrity Endorser*) Terhadap Minat Beli Kosmetik Focallure ( Studi Kasus : PT Hexindo Adi Perkasa, Tbk )”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang akan mendasari dilakukannya penelitian ini yaitu :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli kosmetik Focallure?
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap minat beli kosmetik Focallure??
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli kosmetik Focallure??
4. Apakah bintang iklan berpengaruh terhadap minat beli kosmetik Focallure??
5. Apakah harga, desain produk, citra merek, dan bintang iklan berpengaruh terhadap minat beli kosmetik Focallure?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli kosmetik Focallure.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap minat beli kosmetik Focallure.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli kosmetik Focallure.
4. Untuk mengetahui pengaruh bintang iklan terhadap minat beli kosmetik Focallure.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, desain produk, citra merek, dan bintang iklan terhadap minat beli kosmetik Focallure.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian adalah dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktisi antara lain:

1. Bagi ilmu pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi perpustakaan dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan masalah keputusan pembelian kosmetik wanita Focallure.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dan bahan pertimbangan perusahaan dalam upaya berinovasi dan menentukan harga serta kualitas produk kosmetik wanita Focallure.