

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kulit merupakan organ terluar tubuh yang berfungsi melindungi permukaan tubuh dan sebagai organ sensorik untuk mendeteksi rangsangan panas, dingin, sentuhan, tekanan, dan nyeri, dengan luas rata-rata 2 m², berat sekitar 16% dari berat badan dengan ketebalan kulit 0,5 mm – 66 mm. (Indriasari, 2024). Penting bagi setiap orang untuk merawat kesehatan kulitnya agar mendapatkan kulit yang sehat dan indah. Perawatan kulit memang banyak jenisnya tergantung kebutuhan kulit masing-masing, tetapi ada 3 langkah dasar perawatan yang penting dilakukan, yaitu membersihkan wajah dengan *facial wash*, melembabkan wajah dengan *moisturizer* dan melindungi kulit dari sinar *UV* dengan *sunscreen*. (Kashuri, 2024). *Facial wash* merupakan langkah awal dalam melakukan perawatan kulit wajah karena sebelum wajah perlu dibersihkan terlebih dahulu. Penggunaan pelembab wajah diperlukan guna menjaga kelembaban kulit wajah. Seseorang perlu menggunakan tabir surya agar kulit wajah terlindungi dari sinar *UV* terutama di Indonesia yang memiliki iklim tropis. Dengan peran penting pelembab wajah sebagai salah satu langkah utama dalam perawatan kulit, pemahaman mengenai fungsi, manfaat, dan karakteristik pelembab wajah menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam menjaga kesehatan kulit secara optimal.

Pelembab merupakan salah satu kosmetik pelindung yang melindungi kulit dari pengaruh luar. (Hidayah & Titin, 2022). Pelembab bermanfaat untuk menghidrasi kulit agar tetap lembab, mengurangi peradangan (inflamasi) seperti kemerahan, menenangkan kulit akibat rasa gatal, membantu memperbaiki tekstur kulit, dan mempercepat penyembuhan luka ringan. (Butarbutar & Anis, 2021). Pada pelembab, terdapat kandungan bahan alami seperti lidah buaya yang dapat digunakan sebagai perawatan kulit untuk melembabkan kulit dan anti-inflamasi. (Solihati & Bela, 2022). Penting bagi setiap orang untuk menjaga kesehatan kulitnya agar mendapatkan kulit yang menarik dan indah.. Kondisi kulit yang sehat mencerminkan keadaan kesehatan tubuh secara umum, mengingat kesehatan kulit

merupakan salah satu indikator dalam menilai kesehatan diri, sehingga kulit yang terawat dengan baik menunjukkan adanya kesadaran dan kepedulian terhadap kesehatan diri. (Nugraha, 2022). Untuk memperoleh manfaat pelembab wajah secara optimal dalam menjaga kesehatan kulit, diperlukan pemahaman yang baik mengenai jenis kulit yang dimiliki, karena setiap jenis kulit memiliki karakteristik dan kebutuhan perawatan yang berbeda.

Jenis-jenis kulit dibagi menjadi 4 jenis, yaitu kulit normal, kulit berminyak, kulit kering, dan kulit kombinasi. (Sulistyorini & Dian, 2023). Kulit wajah yang normal memiliki kandungan air dan minyak yang seimbang sehingga kulit terlihat segar, cerah dan sehat. Jenis kulit berminyak membuat wajah terlihat sangat mengkilap dan biasanya timbul jerawat pada jenis kulit ini. Jenis kulit wajah yang kering akan terlihat kusam dan mudah berkeriput karena kadar air dan minyak yang rendah. Lalu, jenis kulit wajah kombinasi yang memiliki area berminyak di area hidung, pipi dan dagu yang sebagian terlihat berminyak dan sebagian terlihat kering. Perbedaan karakteristik pada setiap jenis kulit tersebut menuntut pemilihan produk perawatan yang tepat, sehingga diperlukan pemahaman mengenai sediaan kosmetika sebagai bentuk formulasi yang dirancang untuk menyesuaikan kebutuhan masing-masing jenis kulit.

Kosmetika telah dikenal masyarakat sejak abad ke-5 SM, menggunakan bahan-bahan berlemak, minyak nabati, dan zat aromatik, sebagaimana dibuktikan oleh penemuan mayat yang diawetkan oleh para ahli arkeologi dan antropologi, dengan kosmetika berupa salep aromatik yang menjadi bentuk awal produk kecantikan (Hidayah & Titin, 2022). Dalam era modern, kosmetika mencakup berbagai produk yang dirancang untuk tujuan estetika, perawatan, dan perlindungan kulit dari kerusakan lingkungan. Dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 445/MenKes/Per/V/1998 kosmetika didefinisikan sebagai sediaan atau formulasi bahan yang digunakan pada bagian luar tubuh, termasuk kulit, rambut, kuku, bibir, organ kelamin luar, serta gigi dan rongga mulut, yang berfungsi untuk membersihkan, memperindah, dan memperbaiki penampilan, melindungi serta memelihara kondisi tubuh agar tetap optimal, serta mengurangi bau badan, tanpa dimaksudkan sebagai sarana pengobatan atau penyembuhan penyakit. Menurut

Peraturan BPOM No. 23 tahun 2019, kosmetika memiliki beberapa fungsi, yaitu kosmetika yang berguna untuk membersihkan bagian luar tubuh, kosmetika yang berfungsi untuk memberikan aroma harum pada tubuh, kosmetika yang dipakai untuk mempercantik atau memperbaiki penampilan, kosmetika yang berfungsi untuk memberikan perlindungan pada tubuh, dan kosmetika untuk membantu memelihara dan menjaga kesehatan tubuh. Sejalan dengan perkembangan fungsi kosmetika yang semakin beragam, pelembab wajah sebagai bagian dari sediaan kosmetika juga diformulasikan dalam berbagai bentuk sediaan agar dapat digunakan secara efektif sesuai dengan kebutuhan kulit.

Bentuk sediaan kosmetika yang ada pada pelembab wajah memiliki beberapa bentuk seperti emulsi, krim, *gel*, dan *aerosol*. (Hidayah & Titin, 2022). Emulsi merupakan sediaan dasar yang terdiri dari air dan minyak yang dibentuk dengan zat pengemulsi, contoh *lotion* yang cocok untuk digunakan pada jenis kulit normal atau kering. Krim merupakan sediaan yang terdiri dari dua cairan yang tidak dapat bercampur, yaitu air dan minyak dengan konsistensi lebih kental dari emulsi, contoh krim yang cocok untuk digunakan pada jenis kulit kering. Bentuk sediaan *gel* yaitu bentuk sediaan yang berbahan dasar berupa zat gel yang mudah merata jika dioleskan pada kulit contoh *gel* cocok untuk digunakan pada jenis kulit berminyak dan kombinasi. *Aerosol* yang merupakan sediaan kosmetika yang berisi propelan berupa gas cair dalam wadah tekan contoh *spray* cocok untuk digunakan pada jenis berminyak dan kombinasi. Pemahaman terhadap berbagai bentuk sediaan kosmetika pelembab wajah tersebut menjadi dasar bagi konsumen dalam menilai kesesuaian produk dengan kebutuhan dan karakteristik kulitnya, sehingga berperan penting dalam membentuk preferensi dan menentukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses yang kompleks dan bertahap, dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi berbagai alternatif, hingga terbentuknya keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian, sebagaimana dikemukakan oleh Kotler dalam Indrasari, (2019). Proses ini hanya terjadi apabila konsumen memiliki beberapa pilihan dan secara sadar mengevaluasi alternatif yang tersedia sebelum menetapkan keputusan. Dalam

setiap tahapan tersebut, konsumen dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan rasional yang berkaitan dengan karakteristik produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, atribut produk menjadi faktor penting dalam proses keputusan pembelian, karena atribut seperti kualitas, kandungan bahan, manfaat, merek, kemasan, dan informasi produk berperan dalam membentuk persepsi, preferensi, serta keyakinan konsumen terhadap suatu produk. Atribut produk yang dinilai sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen akan meningkatkan kemungkinan terjadinya keputusan pembelian, sekaligus memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk yang dipilih. Oleh sebab itu, kajian mengenai atribut produk perlu dilakukan karena karakteristik yang melekat pada produk menjadi dasar utama bagi konsumen dalam menilai dan menentukan keputusan pembelian.

Menurut teori McCharty tahun 1960-an, atribut-atribut ini berkaitan erat dengan elemen bauran pemasaran 4P, yakni *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). (Elliyana dkk, 2020). Konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian produk dengan jenis kulit, dan manfaat produk, serta menilai keseimbangan antara harga dan kualitas yang didukung oleh kemudahan akses distribusi, sementara promosi melalui media, influencer, dan rekomendasi sosial turut membentuk citra merek serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Menurut Firmansyah yang mengacu pada Kotler dan Armstrong, atribut produk terdiri atas merek, kemasan, dan label yang berperan penting dalam membentuk persepsi serta keputusan konsumen. (Firmansyah, 2019). Merek berfungsi sebagai identitas pembeda dan pembangun citra serta kepercayaan konsumen, kemasan berperan melindungi produk sekaligus menarik perhatian melalui komunikasi visual, sedangkan label memberikan informasi mengenai kandungan, manfaat, dan cara penggunaan yang membantu konsumen menilai kesesuaian sediaan kosmetik pelembab wajah dengan kebutuhannya. Seiring dengan peran penting berbagai atribut tersebut dalam membentuk keputusan pembelian konsumen, dinamika industri kosmetik secara makro turut memengaruhi perkembangan dan persaingan produk di pasar.

Di Indonesia, pertumbuhan pasar kosmetika sempat menurun 8% akibat pandemi virus COVID-19 pada tahun 2020 (Rizaty, 2021). Tetapi, dalam beberapa

tahun terakhir pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Dalam kurun waktu 2021-2024, total pendapatan industri kosmetik Indonesia diperkirakan mengalami kenaikan sebesar 48%, dari Rp 21,45 T menjadi Rp 31,77 T. (Kementrian Perindustrian, 2024). Berdasarkan survei oleh *ZAP Clinic* yang melibatkan sekitar 9.000 responden wanita di seluruh Indonesia, ditemukan bahwa 60% wanita mencari produk perawatan kulit dengan manfaat melembabkan yang dimana terdapat peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar 6,4% dari 53,6% menjadi 60% (ZAP Clinic, 2024). Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap sediaan kosmetik pelembab wajah, industri kecantikan pun mengalami pertumbuhan yang signifikan. Meningkatnya pertumbuhan industri kosmetik dan minat terhadap produk pelembab wajah di Indonesia, menjadikan mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta sebagai pengkajian kelompok konsumen tentang keputusan pembelian kosmetik pelembab wajah.

Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta memiliki tingkat aktivitas yang tinggi, baik di dalam seperti prodi rumpun IKK yang berada di bawah ruangan tertutup yang dingin sehingga membuat kulit kering, maupun di luar ruangan seperti prodi rumpun teknik mesin, rumpun teknik elektro dan rumpun teknik sipil, sehingga sering terpapar faktor lingkungan seperti panas, debu, polusi, dan sinar matahari yang membuat kulit berminyak dan kusam. Kondisi tersebut dapat memicu berbagai permasalahan kulit wajah, seperti kulit kering, kusam, berminyak berlebih, hingga iritasi, terutama ketika keseimbangan kelembaban kulit tidak terjaga dengan baik. Selain itu, jadwal kegiatan akademik yang padat juga dapat menyebabkan kurangnya perhatian terhadap perawatan kulit secara optimal. Oleh karena itu, penggunaan pelembab wajah menjadi salah satu solusi yang umum dilakukan oleh mahasiswa FT UNJ untuk menjaga kelembaban, melindungi kulit dari pengaruh lingkungan, serta mempertahankan kesehatan dan penampilan kulit wajah. Untuk memperkuat gambaran tersebut, diperlukan survey awal yang menggambarkan kondisi dan kebutuhan nyata mahasiswa terkait penggunaan pelembab wajah, sehingga dilakukan survei awal pada mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta mengenai kebutuhan penggunaan pelembab wajah.

Peneliti melakukan survei awal terhadap 35 mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta mengenai kebutuhan pemakaian pelembab wajah. Diketahui hasil survei awal terhadap 35 mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta bahwa 31 dari 35 orang menggunakan pelembab wajah sebagai salah satu rangkaian perawatan wajah sehari-hari. Dari 31 responden tersebut, alasan penggunaan pelembab wajah beragam, seperti untuk mencegah kulit kering dan kusam karena berada didalam ruangan ber-AC selama beberapa jam, untuk mengatasi kemerahan karena paparan sinar *UV* serta untuk mengontrol minyak berlebih karena berada di ruangan yang panas. Selain itu, 31 responden masih mengalami kesulitan dalam menentukan keputusan pembelian akibat banyaknya atribut pada produk pelembab wajah seperti produk pelembab yang cocok untuk jenis kulit masing-masing, *brand* pada produk yang terpercaya dan terverifikasi BPOM serta logo halal, harga pada produk, akses pembelian produk, dan pengaruh dari lingkungan sekitar.

Berdasarkan hasil survei awal terhadap 35 mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa, yaitu 31 dari 35 responden menggunakan pelembab wajah untuk menjaga kelembaban, mengatasi kemerahan, dan mengontrol minyak berlebih, namun mereka masih mengalami kesulitan dalam menentukan keputusan pembelian akibat pertimbangan berbagai atribut produk seperti jenis kulit, merek, harga, akses, dan pengaruh lingkungan.

Pada penelitian ini, peneliti hanya berfokus pada sediaan kosmetik pelembab wajah dengan mempertimbangkan bahwa sediaan kosmetik pelembab wajah merupakan produk kosmetika yang dibutuhkan dalam penggunaan keseharian oleh mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. Penentuan spesifikasi penelitian pada produk pelembab wajah ini bertujuan untuk mempermudah responden sebagai objek penelitian dalam memberikan penilaian.

Pada saat ini, belum ada kajian secara spesifik mengenai pengaruh atribut pada produk terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetika pelembab kulit wajah studi pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. Oleh itu, penulis berkeinginan menyusun skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Atribut

Produk, *Brand*, Harga, Akses Distribusi Dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sediaan Kosmetik Pelembab Wajah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta)” sebagai persyaratan untuk mengambil gelar S1 pada Program Studi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi, sebagai berikut:

1. Banyaknya variasi atribut pada produk sediaan kosmetika pelembab wajah berdasarkan preferensi produk, *brand*, harga, akses distribusi, dan sosial.
2. Pelembab wajah menjadi salah satu produk kosmetika yang paling dicari oleh sebagian besar wanita di Indonesia.
3. Sebagian besar Mahasiswa Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta masih merasa kesulitan dalam menentukan keputusan pembelian produk sediaan kosmetika pelembab wajah karena banyaknya pilihan atribut produk, *brand*, harga, akses distribusi dan sosial.
4. Belum adanya kajian secara spesifik yang menganalisis tentang pengaruh atribut produk, *brand*, harga, akses distribusi dan sosial terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah berdasarkan atribut produk.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada kajian atribut produk, *brand*, harga, akses distribusi dan sosial terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah. Objek penelitian difokuskan pada mahasiswa seluruh Program Studi Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta sebagai pengguna produk pelembab wajah. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh atribut produk, *brand*, harga, akses distribusi dan sosial terhadap keputusan pembelian tanpa membahas faktor lain di luar variabel yang diteliti. Selain itu, kajian ini tidak membahas seluruh jenis kosmetik, melainkan terbatas pada produk pelembab wajah yang digunakan dalam perawatan wajah sehari-hari.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi dan pembatasan masalah, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja pengaruh atribut produk, *brand*, harga, akses distribusi dan sosial yang terhadap keputusan pembelian?
2. Apa saja pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah?
3. Apa saja pengaruh atribut *brand* terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah?
4. Apa saja pengaruh atribut harga terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah?
5. Apa saja pengaruh atribut akses distribusi terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah?
6. Apa saja pengaruh atribut sosial terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh atribut produk, *brand*, harga, akses distribusi dan sosial terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah.
2. Mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah.
3. Mengetahui pengaruh atribut *brand* terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah.
4. Mengetahui pengaruh atribut harga terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah.
5. Mengetahui pengaruh atribut akses distribusi terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah.

6. Mengetahui pengaruh atribut sosial terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah.

1.6 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang berarti bagi perorangan/ institusi sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai informasi bagi mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Rias Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta pada mata kuliah Perawatan Kulit Wajah.
- b. Sebagai informasi bagi Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dalam memperkaya ilmu pengetahuan dalam penilaian kosmetika yang sesuai.
- c. Sebagai sumber informasi bagi masyarakat tentang pengaruh atribut produk, *brand*, harga, akses distribusi dan sosial terhadap keputusan pembelian sediaan kosmetik pelembab wajah. .

2. Kegunaan Praktis

- a. Bahan masukan untuk pendidikan di Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, khususnya mata kuliah Perawatan Kulit Wajah.
- b. Sebagai bahan penambah referensi karya ilmiah di bidang kosmetika perawatan wajah pada perpustakaan Universitas Negeri Jakarta.