

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Maybelline adalah merek kosmetik yang diproduksi oleh Grup L'oreal. Grup L'oreal hadir pertama kalinya di Indonesia pada tahun 1979 dengan mendistribusikan *Lancome* yang merupakan salah satu merek *Luxury*. Beberapa merek Grup L'oreal lainnya pada kategori *Luxury* di tahun berikutnya turut meramaikan pasar Indonesia sendiri seperti parfum *Guy Laroche*. Pada tahun 1985, Grup L'oreal menjalin Kerjasama dengan perusahaan lokal dan mendirikan perusahaan manufaktur, PT. Yasulor Indonesia dan mulai pada tahun 2000 membentuk *entitas* PT. L'oreal Indonesia. Hingga kini kegiatan usaha L'oreal di Indonesia hanya difokuskan pada dua *entitas* tersebut, yaitu PT. L'oreal Indonesia yang menangani aktivitas pemasaran dan pendistribusian merek-merek L'oreal dan PT. 47 Yasulor Indonesia yang memproduksi produk perawatan kulit dan rambut pada segmen *mass market* untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik dan Asian Tenggara. L'oreal saat ini hadir di Indonesia dengan 15 merek yang terbagi kedalam 3 kategori yaitu, *Luxury*, *Consumer* dan *Professional salon* melalui beragam jalur distribusi. Merek tersebut adalah L'oreal Paris, Maybelline New York, Garnier, L'oreal Professional, Kerastase Paris, Matrix, Lancome, Biotherm, Shu Uemura, Yves Saint Laurent, Kiehl's, Parfum Ralph Lauren, Giorgio Armani, Diesel dan juga The Body Shop yang didistribusikan melalui PT. Monica Hijau Lestari. Maybelline New York adalah brand make-up No. 1 di dunia, menjadi terdepan dalam kualitas dan inovasi dengan identitas New York yang modern dan harga terjangkau. Bersamaan lahirnya slogan *maybe shes born with it. Maybe its Maybelline* di tahun 1991, brand ini menjadikan kecantikan terjangkau bagi wanita di berbagai penjuru dunia, sehingga setiap wanita berkesempatan untuk memaksimalkan potensi kecantikan mereka (www.loreal.co.id).

1.1.2. Logo



Gambar 1. 1 Logo Maybeline

Sumber: <https://www.maybelline.co.id/> 2021

Makna Logo Maybelline

Maybel : merupakan nama adik perempuan TL Williams.

Line : merupakan bahan baku

1.1.3. Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi PT. L'oreal Indonesia

Visi L'oreal

Mendapat satu miliar konsumen diseluruh dunia dengan menciptakan produk kecantikan yang memenuhi keberagaman tidak terbatas dari kebutuhan kecantikan yang diinginkan oleh konsumen.

Misi L'oreal

- a) Kecantikan adalah bahasa
- b) Kecantikan adalah sesuatu yang universal
- c) Kecantikan adalah alam
- d) Kecantikan adalah komitmen

1.1.4. Produk dan Layanan

Produk *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* Maybelline memiliki banyak varian warna atau lebih dikenal dengan istilah *shade* dalam dunia *make up*. Gambar 1.2 menunjukkan varian

warna atau shade yang dimiliki oleh *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* seperti kelompok varian warna *blushed*, *pink*, *spiced*, *nude* dan juga *red*. Berikut gambar mengenai varian shade *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* yang dimiliki oleh Maybelline:



Gambar 1. 2 Shade Super Stay Matte Ink Liquid Matte

Sumber: <https://shopee.co.id/2021>

Maybelline *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* adalah produk lip cream yang memiliki tiga puluh lebih pilihan warna yang intens dan pigmentasi tinggi dan berfungsi untuk menutup bibir yang gelap, tidak mudah transfer atau *transfersproof* dan tahan lama hingga 16 jam dengan memberikan hasil akhir warna matte yang intens.

Selain itu Maybelline *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* memiliki formula *transferproof* dan *waterproof*, tidak transfer di masker dan tetap bertahan di bibir walaupun pengguna telah berkali-kali mengkonsumsi makanan. *Packaging* dalam bentuk tabung ini memiliki isi sebanyak 5 ml yang terlihat *modern* dilengkapi dengan aplikator berbentuk panah yang *sleek* untuk memudahkan pemakaian serta lubang ditengahnya yang berfungsi untuk penyimpanan, sehingga hanya butuh butuh 1 kali *dip* saja (*no double dip*). Tersedia dalam 30+ pilihan warna yang terbagi kedalam 5 *range shades*, berikut *shade* yang dimiliki oleh *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick*:

Tabel 1. 1

Shade SuperStay Matte Ink Liquid Matte Lipstick

<i>Blushed Edition</i>	
Nomer Shade	Nama Shade
365	<i>Enthusiast (blushing peacy nude)</i>
370	<i>Overseer (blushing pinkish red)</i>
375	<i>Peacekeeper (blushing red)</i>
380	<i>Enchanter (blushing light pink)</i>
385	<i>Validator (blushing mauve)</i>

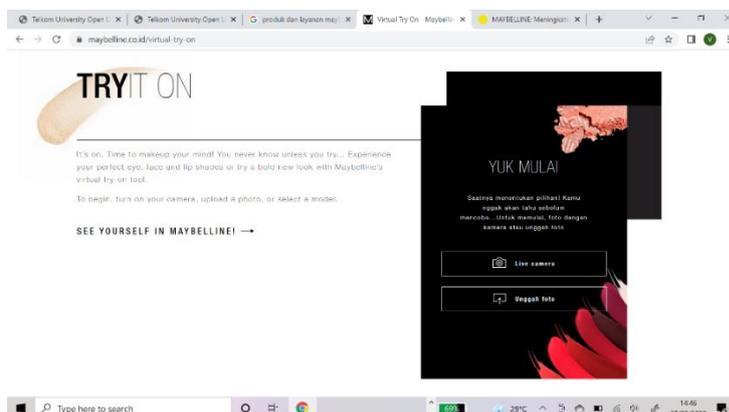
<i>Reds</i>	
Nomer Shade	Nama Shade
117	<i>Groundbreaker (coral brown)</i>
118	<i>Dancer (bright red)</i>
285	<i>Gritty (coral rosy red)</i>
205	<i>Assertive (peachy red)</i>
220	<i>Ambitious (bright rosy red)</i>
245	<i>Seeker (brownish red)</i>
295	<i>Dauntless (deep cool-toned red)</i>
305	<i>Unconventional (warm coral red)</i>
315	<i>Extraordinary (spicy red)</i>

<i>Pink Edition</i>	
Nomer Shade	Nama Shade
15	<i>Lover (light pink)</i>
80	<i>Ruler (deep rosy pink)</i>
115	<i>Founder (deep berry pink)</i>
120	<i>Artist (deep mauve pink)</i>
125	<i>Inspirer (light rosy pink)</i>
150	<i>Savant (pink)</i>
155	<i>Pathfinder (briht berry pink)</i>
160	<i>Mover (deep pink)</i>
170	<i>Intiator (rosy pink)</i>
225	<i>Delicate (peachy pink)</i>

Spiced Edition	
Nomer Shade	Nama Shade
335	<i>Hustler (warm pinkish red)</i>
350	<i>Freethinker (warm coral nude)</i>
355	<i>Shaker (warm deep pinkish brown)</i>
360	<i>Discoverer (warm pinkish nude)</i>

Nude Edition	
Nomer Shade	Nama Shade
65	<i>Seductress (pinkish nude)</i>
70	<i>Amazonian (brown nude)</i>
75	<i>Fighter (deep brown nude)</i>
130	<i>Selfstarter (warm coral nude)</i>
135	<i>Globetrotter (bunt orange nude)</i>
210	<i>Versatile (peachy nude)</i>

Pada tahun 2020, Maybelline.co.id meresmikan sebuah fasilitas baru yang terdapat di laman website Maybelline.co.id bernama virtual try on atau layanan yang disediakan untuk konsumen melakukan trial produk secara virtual sebelum melakukan pembelian sebagai bahan pertimbangan apakah produk tersebut akan sesuai dengan selera konsumen atau tidak. Adapun produk yang dapat digunakan untuk trial secara virtual adalah produk best seller diantaranya adalah Lip Cream Super Stay Matte Ink.



Gambar 1. 3 Virtual Try On

Sumber: <https://www.maybelline.co.id/virtual-try-on>

1.2. Latar Belakang Penelitian

Produk kecantikan saat ini sudah menjadi kebutuhan dasar khususnya bagi wanita. Penelitian oleh Rahmawati dan Ihsan (2022) mengungkapkan bahwa penggunaan produk kosmetik bagi wanita kini telah mengalami pergeseran dari keinginan menjadi sebuah kebutuhan. Penggunaan produk untuk *make up* bagi wanita umumnya bertujuan agar penampilan diri menjadi *fresh look*. Penggunaan *make up* seringkali dimanfaatkan sebagai cara untuk menampilkan sisi terbaiknya melalui penampilan dan memberikan rasa percaya diri bagi wanita.

Kosmetik sangat memainkan peran penting dalam kemajuan manusia sejak peradaban kuno hingga saat ini peradaban modern. Manusia mengenal kosmetik berdasarkan naluri alamiahnya yang senantiasa ingin selalu tampil cantik, sehingga akhirnya manusia terus menerus melakukan riset dan penyelidikan untuk bisa menemukan cara yang tepat dalam menunjukkan kecantikannya. Dari sebuah data arkeologi di Mesir dapat membuktikan adanya pemakaian ramuan dari berbagai bahan alami untuk mengawetkan jasad yang telah meninggal agar tetap utuh dan salep aromatik digunakan berabad-abad yang lalu, dimana tindakan ini dianggap sebagai bentuk awal adanya kosmetik yang dikenal sampai saat ini (FL Nabbila,2021).

Perkembangan produk kecantikan di Indonesia sudah ada sejak tahun 1972 dengan nama produk pertama yaitu Gizi kosmetik yang merupakan brand lokal jauh sebelum adanya brand kecantikan lainnya. Brand kecantikan ini mengusung *nature ingredients* sebagai bahan kandungannya. Brand ini populer berkat produk super cream yang telah menggunakan bahan-bahan alami sejak pertama kali diluncurkan. Produk kecantikan yang pesaingnya adalah Viva kosmetik. Viva merupakan produk kecantikan yang masih bertahan sampai saat ini. Sudah banyak sekali produk-produk kosmetik lokal lainnya. Beberapa produk lokal yang ada pada era sekarang diantaranya Esqa, Rollover Reaction, blp, Luxcream, *Rose all day*, Ravelline dan masih banyak lagi.

Pada awal produk Maybelline masuk pasar tidak sedikit masyarakat memandang produk Maybelline ini secara kontra. Salah satu kontroversi paling terkenal dari produk Maybelline yaitu disebut sebagai brand makeup yang hanya diproduksi untuk kaum kulit putih. Hal ini dipicu karena Maybelline mengeluarkan produk Dream Velvet foundation yang hanya berbasis warna dasar untuk kulit putih, sehingga hal ini memicu protes dari masyarakat dan blogger lifestyle di Negara Inggris. Maybelline dianggap kurang profesional dan tidak mengindahkan selain masyarakat berkulit putih. Seiring berjalannya waktu, Maybelline memahami adanya kesenjangan dalam varian produknya yang memicu reaksi negatif dari masyarakat, sehingga Maybelline mulai mengambil langkah untuk melakukan pengembangan produk seperti menyediakan berbagai warna foundation yang dapat disesuaikan dengan warna kulit konsumen berkulit sawo matang atau deep skintone.

Maybelline berupaya adaptif ketika memasuki pasar Indonesia, yakni menyesuaikan kebutuhan dan perilaku konsumen di Indonesia. Maybelline dengan sigap menyediakan produk yang khas untuk kemudian disesuaikan dengan masyarakat Indonesia seperti halnya warna pada foundation yang cocok untuk kulit Asia, kemudian pemilihan ketersediaan warna lipstick yang cenderung gelap untuk menyesuaikan dengan kondisi asli bibir wanita di Indonesia. Kemampuan menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar di Indonesia berhasil membuat citra Maybelline baik sebagai salah satu brand global yang digemari oleh wanita Indonesia terutama pada produk lip matte. Berikut merupakan data Top Brand Index mengenai kosmetik produk lipstick Maybelline yang ditunjukkan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Top Brand Index Lipstick 2019-2022

Brand	Peringkat Tahun	
	2019	2020
Maybelline	Peringkat ke tiga dengan index (7.7%)	Peringkat ke tiga dengan index (6.1%)

Brand	Peringkat Tahun	
	2021	2022

Maybelline	Peringkat ke satu dengan index (22.7%)	Peringkat ke satu dengan index (23.0%)
------------	--	--

Sumber: www.topbrand-award.com

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat tabel ini menunjukkan bahwa Top Brand Index dari tiga tahun kebelang. Pada tahun 2019 lipstik Maybelline mendudukin urutan ketiga, kemudian pada tahun 2021 dan tahun 2022 lipstik Maybelline menduduki urutan pertama sebagai Top Brand Index selama dua tahun berturut-turut. Adapun kriteria untuk mengukur performa merek. Pertama dengan *mind share* yaitu kekuatan suatu merek dalam memposisikan diri di dalam benak pelanggan pada kategori produk tertentu. Kedua *market share* berkaitan dengan kekuatan suatu merek dalam perilaku pembelian pelanggan dan pasar. Ketiga *commitment share* yaitu kekuatan suatu merek untuk mendorong pelanggan dalam pembelian berulang di waktu mendatang (Top Brand Index, 2022). Berikut gambar dibawah ini merupakan hasil rievew konsumen mengenai produk *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* Maybelline.



Gambar 1. 4 Review Konsumen Terhadap Produk Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick

Sumber: <https://shopee.co.id/> 2021

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat citra merek *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* Maybelline di kalangan masyarakat memiliki citra yang baik, dilihat dari komen atau

review konsumen mengenai produk *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* sangat puas terhadap produk tersebut.

Citra merek merupakan asset *intangible* yang sangat penting bagi perusahaan. Menurut Tjiptono (2020:49) citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek adalah pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau ingatan konsumen.

Berdasarkan pengertian citra merek yang dikemukakan para ahli diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa citra merek adalah asosiasi atau kepercayaan yang ada dalam benak konsumen untuk menjadi pembeda dari merek yang lainnya, seperti kualitas produknya.

Selain citra merek kualitas produk juga sangat menentukan bagi keberhasilan bisnis. Kualitas produk ditunjukkan antara lain oleh kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Ada beberapa jenis produk yang memiliki kegunaan yang hampir sama dengan *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick Maybelline* yaitu jenis *lip matte transferproof*. Namun *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick Maybelline* berupaya untuk menduduki keunggulan dalam kualitas produk dibandingkan kompetitor. Perbandingan kualitas produk *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick Maybelline* dengan kompetitor antara lain ditunjukkan dari kandungan dan daya tahan produknya sebagai berikut:

Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick memiliki formulasi *Elastic Ink Technology* dengan 0% Clay, sehingga dengan one dip dapat mengcover bibir dengan baik. Selain itu *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* memiliki kandungan *hydrating* yang di formulasikan mengaja kelembapan pada bibir, *Super Stay Matte Ink* memiliki daya tahan selama 18 jam, menjadi salah satu produk *Maybelline* yang sukses di pasaran. Didukung dengan ulasan atau *review* dari beberapa konsumen *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* (ditulis oleh Lady Sekar Mayang 2020).

Sedangkan pada produk *Matte Lip Cream* dari kompetitor memiliki kandungan yang diformulasikan menggunakan *3DPigmentLock Technology* dan *Flexi Film Former* yang dapat mempertahankan warna *Lip Cream* pada bibir agar tidak transfer dan tahan lama serta nyaman digunakan. Tekstur *creamy* nya yang cair dan kandungan *volatile oil* didalamnya, membuat *Powerstay Transferproof Matte Lip Cream* mudah diratakan, terasa ringan, cepat menyatu dengan bibir, *transferproof* dan tidak terasa lengket. Dari segi aroma produk ini memiliki sedikit wangi manis yang tidak menusuk ke hidung, sehingga tidak begitu mengganggu saat

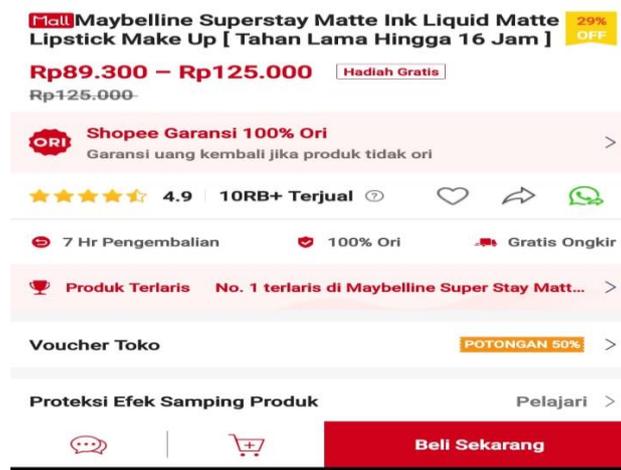
digunakan. *Powerstay Transferproof Matte Lip Cream* memiliki daya tahan selama 15 jam saat digunakan.

(<https://journal.sociolla.com> 2020)

Dari hasil perbandingan mengenai kandungan dua produk diatas dapat disimpulkan bahwa daya tahan yang dimiliki oleh Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick Maybelline lebih lama yaitu 16 jam dibandingkan dengan kompetitor yang memiliki daya tahan 14 jam, kemudian dari kandungan memiliki perbedaan yang signifikan dimana Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick Maybelline memiliki formula *hydrating* dimana formula tersebut sangat dibutuhkan bagi sebuah produk *lip cream* yang berfungsi untuk melembabkan bibir. Sedangkan pada produk kompetitor tidak terdapat kandungan *hydrating* yang berperan untuk melembabkan bibir.

Menurut Kotler dan Keller (2021:37) kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau riset. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yaitu sebuah produk adalah kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen.

Kualitas produk yang baik dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* Maybelline. Keputusan pembelian konsumen dilihat dari total penjualan secara online di *E-commerce*, sebagaimana dapat ulasan contoh berikut:



Gambar 1. 5 Tampilan Rekaman Penjualan Produk Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick di Shopee

Sumber: <https://shopee.co.id/2021>

Berdasarkan Gambar 1.5 diatas dapat dilihat bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap produk SuperStay Matte Ink Liquid Matte Lipstick Maybelline dengan total penjualan sejak memasang accout di shopee sudah terjual lebih dari 10 ribu pcs ini merupakan produk dengan mendudukin peringkat pertama sebagai produk terlaris yang banyak dipilih dan dibeli oleh konsumen. Dari segi harga produk Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick masi terjangkau bagi konsumen dibandingkan dengan produk sejenis. Serta produk Super Stay Matte Ink Liquid Matte Lipstick memiliki nilai rating yang bagus dari konsumen.

Berdasarkan fenomena diatas dan beberapa ulasan para ahli diatas, penelitian ini dilakukan dengan judul **PERAN CITRA MEREK DALAM MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUPERSTAY MATTE INK LIQUID MATTE LIPSTICK MAYBELLINE**

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang penelitian sebelumnya, Adapun perumusan masalah yang peneliti angkat dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *Superstay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* Maybelline?
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Superstay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* Maybelline?
3. Bagaimana peran citra merek sebagai variabel mediator pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Maybelline *Superstay Matte Ink Liquid Matte Lipstick* pada studi kasus konsumen Maybelline?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada Maybelline *SuperStay Matte Ink Liquid Matte*
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen pada produk Maybelline *SuperStay Matte Ink Liquid Matte*
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Maybelline *SuperStay Matte Ink Liquid Matte* pada studi kasus konsumen rentang usia 17 sampai 30 tahun

1.5. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi studi ilmiah mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Maybelline *Superstay matte ink liquid matte*.

2. Aspek Penelitian

a. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi penulis, dapat memberikan pemahaman serta wawasan mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian suatu produk.

b. Bagi Objek Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan serta wawasan tabahan bagi perusahaan tentang pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Maybelline *Superstay matte ink liquid matte*.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan pada tugas akhir bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai isi dari penelitian ini, adapun sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan secara umum, ringkas dan padat mengenai isi penelitian. Bab ini meliputi: gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini memuat rangkuman secara jelas, ringkas dan padat mengenai hasil tinjauan Pustaka terkait dengan topik dan variabel penelitian yang dijadikan sebagai dasar rujukan dalam penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menegaskan mengenai pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang harus relevan dengan masalah penelitian.