

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kecantikan dan perawatan kulit global saat ini telah mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Mckinsey & Company, 2021), ia juga menyebutkan bahwa kategori *skincare* menjadi salah satu segmen dengan pertumbuhan tercepat dalam industri kecantikan dan juga melaporkan bahwa pasar kecantikan global diproyeksi tumbuh mencapai \$580 miliar pada tahun 2027 kategori perawatan kulit saya. Salah satu faktor pendorong utama adalah peningkatan kesadaran konsumen terhadap pentingnya menjaga kesehatan kulit, terutama di kalangan generasi muda seperti Generasi Z (Gen Z), generasi ini sangat efektif dalam memilih produk kecantikan apalagi *skincare*, dengan memperhatikan kandungan bahan aktif yang aman, efektif dan ramah lingkungan seperti niacinamide, atau hyaluronic acid. Selain itu harga yang terjangkau menjadi faktor penting, karna gen Z mengutamakan produk yang memberikan nilai terbaik tanpa menguras anggaran. Originote berhasil menarik perhatian mereka dengan menghadirkan pelembap (*moisturizer*) yang tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga dengan harga yang kompetitif, sesuai dengan preferensi dan gaya hidup Gen Z yang cerdas dalam berbelanja.

Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Kartajaya *et al.*, 2021). Sehingga, pertahun 2024 ini generasi Z berusia 12 tahun hingga 27 tahun. Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya, sebab generasi ini lahir bersamaan dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, sehingga generasi Z lebih memiliki pemahaman teknologi yang baik juga sangat mudah beradaptasi dengan teknologi baru dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Stillman, 2019).

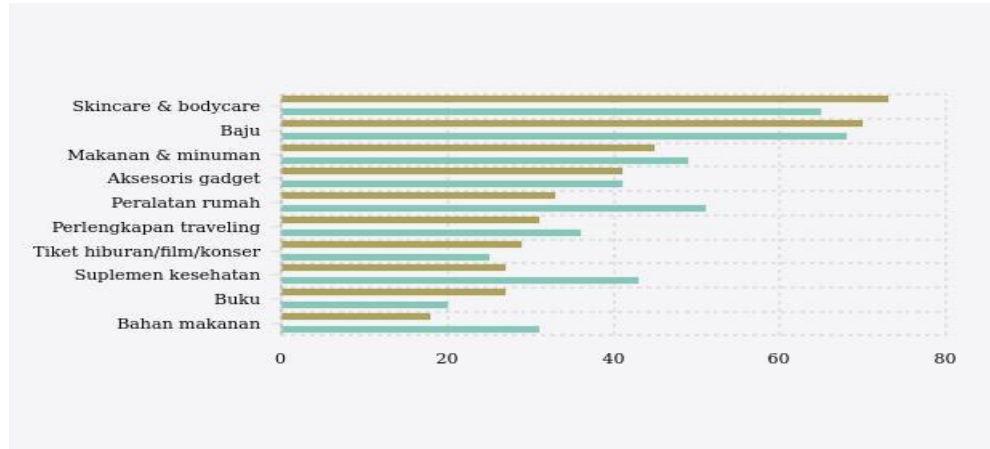
Berdasarkan data dari (BPS, 2024) yang merilis data statistik menyatakan bahwa jumlah penduduk kota jambi sebanyak 626.800 jiwa. Dengan 11 kecamatan

yang jumlah penduduk perkecamatan sebanyak : Kec. Kota Baru sebanyak 85.204 jiwa, Kec. Alam Barajo sebanyak 115.880 jiwa, Kec. Jambi Selatan sebanyak 57.837 jiwa, Kec. Paal Merah sebanyak 109.388 jiwa, Kec. Jelutung sebanyak 59.886 jiwa, Kec. Pasar Jambi sebanyak 11.112 jiwa, Kec. Telanaipura sebanyak 49.984 jiwa, Kec. Danau Sipin sebanyak 43.907 jiwa, Kec. Danau Teluk sebanyak 13.112 jiwa, Kec. Pelayangan sebanyak 13.106 jiwa, dan Kec. Jambi Timur sebanyak 67.384 jiwa.

Pelaku industry mulai berlomba-lomba memahami *behavior* generasi Z hingga menjadikan produk-produk yang menasar pada generasi Z. Salah satunya adalah pelaku usaha dibidang *skincare*. *Skincare* atau perawatan kulit selalu menjadi hal wajib bagi generasi Z (Des derivanti, M.I.Kom *et al.*, 2022). Bagi generasi ini, penampilan visual merupakan prioritas utama sebab kondisi visual yang baik akan menentukan tingkat kepercayaan diri generasi Z, selain itu juga standar kecantikan yang terjadi pada kalangan masyarakat di era ini menciptakan keinginan untuk mempunyai kulit wajah yang terang dan bersinar, awet muda, serta wajah yang mulus (Sinaga & Hutapea, 2022). Hal inilah yang menjadikan *skincare* sebagai salah satu produk yang paling banyak dibeli oleh generasi Z.

Mengonsumsi produk kecantikan di indonesia awalnya hanya melirik kosmetik (*makeup*) saja namun semakin meningkatnya kini Gen Z sudah mulai menyadari bahwa kulit juga membutuhkan perawatan, hal ini membuat popularitas produk perawatan kulit atau *skincare* mulai melonjak. Keinginan wanita agar selalu tampil cantik agar lebih konsumtif terhadap kosmetik demi memudahkan pergaulan dan mendapatkan pengakuan dari lingkungan, sehingga keinginan wanita untuk mempercantik diri dan dapat dilakukan dengan cara instan, sehingga remaja wanita tergiur dengan informasi kosmetik halal yang dapat merawat wajah dengan cara instan (Hertati, L, (2020). Barang yang banyak dibeli Gen Z pertahun 2024 dapat dilihat pada Gambar 1.1

Barang yang banyak dibeli Gen Z Desember (2024)



Sumber : Databoks2024. 06 mei 2024

Grafik menunjukkan skincare menduduki urutan pertama. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh *ZAP Clinic* dan Markpluas yang melibatkan 9.010 lebih wanita pada oktober hingga November 2022 di berbagai wilayah di Indonesia, hasilnya adalah 58,6% wanita Gen Z menyukai skincare yang memberikan kelembapan (Venda, 2022).

Untuk produk kecantikan yang dapat melembapkan biasa disebut *moisturizer*. *Moisturizer* merupakan jenis perawatan kecantikan yang mampu memberikan kelembapan pada kulit wajah sehingga kulit wajah dapat terhidrasi. Pada umumnya, *moisturizer* akan memberikan kelembapan pada kulit dengan cara kerja mengikat air atau dengan pembentukan lapisan lemak tipis dipermukaan kulit, sehingga dapat mencegah penguapan air dari sel-sel kulit dan memberikan kelembutan wajah. (Ermavianti *et al.*, *n.d.*2020).

Perawatan kulit (*skincare*) dan kosmetik merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi wanita, selain produk ini memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar bagi kaum wanita akan kecantikan sekaligus seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial di mata masyarakat (Gunawan, *et al.*, 2021).

Salah satu *brand moisturizer* yang cukup populer dikalangan gen Z adalah *moisturizer* dari *brand originote* (Baihaqi, 2023). *The Originote* merupakan merek produk *skincare* yang saat ini sedang populer di industry kecantikan termasuk di kalangan gen Z. Merek ini telah berhasil menarik perhatian konsumen dengan produk-produk perawatan kulit yang berkualitas. Meskipun terbilang baru karna *The Originote* berdiri pada tahun 2022, namun penjualannya sudah tembus jutaan produk dan sudah memiliki izin BPOM. *The Originote* juga memenangkan penghargaan *Brand Choice Award 2023* karena telah konsisten dalam mengeluarkan produk *skincare* berkualitas dengan harga yang terjangkau. Dalam industry ini, persaingan yang ketat membuat pentingnya memahami bagaimana Kualitas Produk dan Harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. (Setiyanti, S., & Ansori, M. I. (2024).

10 merek pelembab wajah dengan Pangsa Pasar terbesar dapat dilihat pada Gambar 1.2

10 Merek Pelembab dengan Pangsa Pasar Terbesar



Brand Moisturizer Terlaris

Sumber : Databoks (2024)

Gambar 1.3
Moisturizer Originote



Sumber: Theoriginote.id (2025)

Moisturizer originote memiliki kualitas produk yang baik dan aman. Hal ini dibuktikan dengan terdaftarnya *moisturizer originote* pada BPOM. Selanjutnya, terdapat empat varian *moisturizer originote* yang memiliki fungsinya masing-masing pada Tabel 1.1

Jenis-jenis Moisturizer Originote

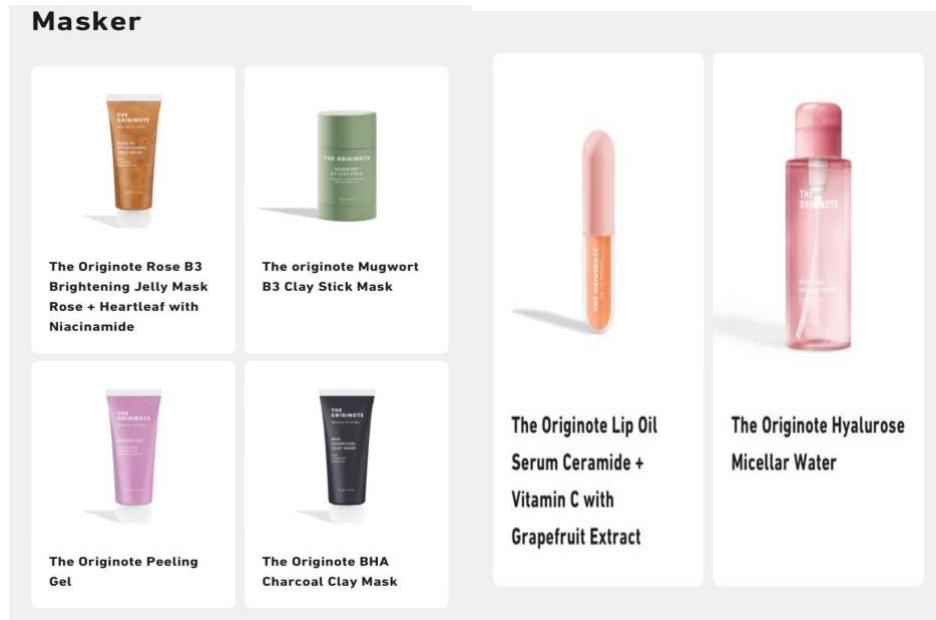
No	Jenis Moisturizer	Manfaat	Harga
1	<i>The originote hyalucera moisturizer</i>	Berfokus merawat serta memperbaiki skin barrier.	Rp 41.000,00
2	<i>the originote cica-B5 shooting moisturizer</i>	Khusus untuk kulit sensitif, kering dan berjerawat.	Rp 47.000,00
3	<i>the originote brightening moisturizer</i>	Untuk menyamarkan kulit kusam, noda hitam serta bekas jerawat di wajah	Rp 47.000,00
4	<i>the originote 24K symwhite jelly booster – serum moisturizer</i>	Untuk wajah kusam dan untuk mencerahkan kulit.	Rp 47.000,00

Berbagai macam jenis produk The Originote dapat dilihat pada Gambar 1.4

Produk The Originote

serum				toner	
 The Originote Retinol B3 Serum 3X Vita Retinol + Niacinamide + Egyptian Lotus	 The Originote Astachiol Serum Astaxanthin + Bakuchiol with Black Tea	 The Originator TXA 377 Dark Spot Serum	 Serum Jerawat B5 asli dari asam salisilat Panthenol dengan minyak Tamanu	 Esens cereuronik asli Toner Ceramide Hyaluron Heartleaf	 The Originote H-low Clarifying Toner AHA + BHA + PHA with Willow Bark
 The Originote Ceratides Serum 5X Ceramide + Peptides with Honey Blend	 The Originote Bright B3 Serum Niacinamide + Glutathione with Citrus Blend	 The Originote Peeling Solution AHA BHA PHA dengan Sugar Cane		 Toner Esens Cica-B5 menenangkan asli	

Pelembab		Perawatan mata		Perlindungan Matahari	
 The Originote Cica-B5 Soothing Moisturizer	 The Originote 24k Symwhite Jelly Booster	 The Originote Eye Serum	 The Originote 2 in 1 Lash & Brow Serum Biotin + Peptides and Ginseng Extract	 Kabut Tabir Surya Originote Niaceramide SPF 50 PA++++	 The Originote Niaceramide Sunscreen Mist SPF 50 PA++++
 The Originote Brightening Moisturizer	 The Originote Hyalucera Moisturizer				



Sumber: Theoriginote.id (2025)

Mari kita telaah lebih lanjut perbandingan harga Moisturizer The Originote dengan beberapa merek lain untuk jenis produk yang spesifik:

1. The Originote Hyalucera Moisturizer Gel (50ml): Sekitar Rp40.000 - Rp50.000
2. Skintific 5X Ceramide Barrier Repair Moisture Gel (30g): Sekitar Rp70.000 - Rp90.000 (jika dibandingkan per gram, Skintific cenderung lebih mahal)
3. Wardah Lightening Day Cream (30g): Sekitar Rp30.000 - Rp40.000 (Wardah memiliki beberapa pilihan pelembap dengan harga bervariasi, namun seri Lightening ini cukup terjangkau)
4. Some By Mi AHA BHA PHA 30 Days Miracle Cream (50ml): Sekitar Rp150.000 - Rp200.000

Kesimpulan Pelembap: The Originote menawarkan pelembap dengan harga yang sangat kompetitif, bahkan lebih terjangkau dibandingkan Skintific dan Some By Mi untuk volume yang setara. Wardah memiliki beberapa opsi yang sebanding harganya, tergantung pada jenis dan manfaat yang ditawarkan.

Hasil penelitian (Guliando, 2019), (Rianita, 2021), dan (Nurmin Arianto, et al 2023) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Imaningsih, et al 2018), dan (Jonathan Caesar, *et al* 2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan satu tahap evaluasi dimana konsumen akan melakukannya membuat prioritas antar merek dalam kumpulan pilihan yang disukai konsumen, singkatnya keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil oleh konsumen untuk memilih produk dari berbagai pilihan dan kemauan membentuk prioritas dari serangkaian pilihan (Adhiansyah & Rizkyanfi, 2020). Dari segi konsep, proses keputusan pembelian melibatkan sejumlah faktor internal, termasuk menilai kebutuhan, mengumpulkan informasi, membandingkan pilihan sebelum membeli, dan mengevaluasi keputusan pembelian (Rohmanuddin & Suprayogo, 2022).

Menurut (Dwi, 2021) kualitas produk menjadi salah satu faktor penentu keputusan pembelian, dalam hal ini produsen harus membuat produk yang berkualitas dengan kegunaan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan adanya kualitas produk yang baik, maka reputasi perusahaan akan meningkat dan memberikan potensi pembelian berulang. Menurut (Erdawati *et al.*, 2023) kualitas produk merupakan kepuasan yang diinginkan oleh konsumen dari suatu produk dalam upayanya memberikan kegunaan sesuai dengan fungsinya saat di pasaran, dimiliki, serta dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Kualitas produk berhubungan dengan usaha mengembangkan produk yang tepat pasar dan konsumen (Lola, A. 2022). Menurut (Zubayer, 2019) kualitas produk merupakan kemampuan yang biasa dinilai dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, keandalan, ketetapan

kemudahan pemeliharaan atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Dalam hal ini selera pribadi sangat mempengaruhi.

Berdasarkan penjelasan di atas, untuk melihat kondisi sebenarnya mengenai Kualitas produk Moisturizer Originote, dilakukan pra survey dengan menyebarkan kuesioner sementara, yang terdiri dari indikator mengenai kualitas produk kepada 15 orang responden Gen Z yang berada di kota jambi. Berdasarkan penyebaran kuesioner tersebut di peroleh data pada tabel 1.2.

Hasil Pra Survey Kualitas Produk

Variabel	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Frekuensi
Kualitas Produk (X1)	Moisturizer Originote memberikan kelembapan yang baik dan menjaga kulit tetap terhidrasi sepanjang hari.	0	0	0	9	6	15
	Moisturizer Originote menyediakan berbagai varian untuk kulit dengan berbagai ukuran kemaasan yang praktis.	0	0	0	11	4	15
	Secara keseluruhan Moisturizer Originote memberikan kepuasan karna memebrikan kelembapan yang optimal, dan memiliki kualitas produk yang sesuai dengan harapan saya.	0	0	0	12	3	15
Jumlah		0	0	0	32	13	

Sumber : Data Diolah, 2025

Berikut penjelasan dari tabel 1.2 hasil pra survey kualitas produk yang diberikan kepada 15 responden Gen Z kota Jambi.

1. Terdapat 6 responden sangat setuju, dan 9 responden setuju pada pernyataan kualitas produk Moisturizer Originote yang menjaga kulit agar tidak terhidrasi.
2. Terdapat 4 responden sangat setuju dan 11 responden setuju pada pernyataan kemasan moisturizer Originote yang praktis.
3. Terdapat 3 responden sangat setuju dan 12 responden setuju pada pernyataan Kualitas produk yang sesuai harapan.

Berdasarkan hasil pra survey pada 15 responden Gen Z kota jambi pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa kualitas produk Moisturizer Originote digemari oleh Gen Z kota jambi dengan jumlah jawaban 32 setuju dan 13 sangat setuju.

Saat ini, selain kualitas produk, menurut (Robiah dan Nopiana, 2022) konsumen juga memperhatikan harga yang sepadan dengan manfaat produk yang diperoleh. Sehingga faktor selanjutnya yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah harga. (Sari, 2023) menyatakan kesesuaian harga dengan manfaat produk yang diberikan oleh perusahaan dapat memberikan pengaruh yang baik bagi konsumen dalam menentukan pembelian. Menurut (Tjiptono, 2019) harga memiliki peranan penting, sebab melalui harga konsumen menentukan indikator seberapa bermanfaatnya suatu produk.

Moisturizer originote memiliki harga yang murah dan tergolong mudah di jangkau bagi kalangan pelajar mahasiswa yaitu sekitar Rp.30.000.00,- hingga Rp.45.000.00,-. Ini sesuai dengan Tangline Originote yaitu ***“Affordable Skincare Forr All”***. Hasil penelitian (Riani indayanti, 2021), (Beni endriawan, 2019), dan (Jonathan Caesar *et al*, 2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan hasil penelitian (Robi’ah & Nopiana, 2022), (Hestiana *et al.*, 2023), dan (Sulistyawati *et al.*, 2023) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya Hasil Pra Survey Harga pada tabel 1.3

Hasil Pra Survey Harga

Variabel	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Frekuensi
Harga (X2)	Moisturizer Originote merupakan produk dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan anggaran.	0	0	0	7	8	15
	Walau dengan harga yang terjangkau, Moisturizer Originote tetap memberikan kualitas produk yang sangat baik.	0	0	0	4	11	15
	Moisturizer Originote lebih kompetitif dibandingkan dengan merek lain yang sejenis dipasaran.	0	0	1	7	7	15
Jumlah		0	0	1	18	25	

Sumber : Data Diolah, 2025

Berikut penjelasan dari tabel 1.3 hasil ra survey Harga yang diberikan kepada 15 responden Gen Z Kota Jambi.

1. Terdapat 8 responden sangat setuju dan 7 responden setuju pada pernyataan Moisturizer Originote dengan harga yang terjangkau dan sesuai anggaran.
2. Terdapat 11 responden sangat setuju dan 4 responden setuju pada pernyataan Moisturizer Originote memberikan kualitas produk terbaik walaupun harga terjangkau.
3. Terdapat 7 responden sangat setuju, 7 responden setuju dan 1 responden netral pada pernyataan Moisturizer Originote lebih kompetitif dibanding merek lain.

Saat memutuskan untuk membeli suatu produk, harga merupakan hal yang paling penting menjadi pertimbangan konsumen Gen Z sebelum mengambil keputusan pembelian, konsumen Gen Z juga sebagai individu dalam menetapkan atau membeli barang dagangan telah menjadi tahap-tahapan terlebih dahulu seperti mendapatkan informasi yang bagus melalui iklan atau referensi dari orang lain kemudian membandingkan dari satu produk ke produk yang lain sampai akhirnya pada keputusan pembelian produk tersebut (Agyapong, A., Kwame 2019).

Selanjutnya hasil pra survey Keputusan Pembelian pada tabel 1.4

Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian

Variabel	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Frekuensi
Keputusan Pembelian (Y)	Saya lebih memilih Moisturizer Originote dibandingkan merek yang lain.	0	0	0	7	8	15
	Sebelum melakukan keputusan pembelian saya melakukan perbandingan berbagai saluran pembelian terlebih dahulu.	0	0	0	1	14	15
	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian moisturizer originote dalam jumlah tertentu sesuai dengan kebutuhan.	0	0	0	0	15	15
Jumlah		0	0	0	8	37	

Sumber : Data Diolah, 2025

Berikut Penjelasan dari tabel 1.4 hasil pra survey Keputusan Pembelian yang diberikan kepada 15 responden Gen Z Kota Jambi.

1. Terdapat 8 responden sangat setuju dan 7 responden setuju pada pernyataan lebih memilih Moisturizer Originote dibandingkan merek lain.
2. Terdapat 14 responden sangat setuju dan 1 responden setuju pada pernyataan melakukan perbandingan terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian.
3. Terdapat 15 responden sangat setuju pada pernyataan membeli Moisturizer Originote sesuai dengan jumlah kebutuhan.

Berdasarkan kajian dari beberapa peneliti terdahulu, terdapat perbedaan pendapat signifikan dan tidak signifikan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Sehingga hal inilah yang mendasari peneliti untuk mengkaji ulang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada Generasi Z.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, peneliti mengambil penelitian dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Moisturizer Originote Di Kalangan Gen Z Kota Jambi”***. Diharapkan melalui penelitian ini, dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan Originote maupun perusahaan dengan produk serupa, sehingga dapat menarik konsumen semakin luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka dapat peneliti rumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Moisturizer Originote* dikalangan Gen Z Kota Jambi?
2. Bagaimana Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Moisturizer Originote* dikalangan Gen Z Kota Jambi?
3. Bagaimana Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Moisturizer Originote* dikalangan Gen Z Kota Jambi?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti paparkan, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *moisturizer originote* dikalangan Gen Z Kota Jambi.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *moisturizer originote* dikalangan Gen Z Kota Jambi.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian *moisturizer originote* dikalangan Gen Z Kota Jambi.

1.4 Manfaat penelitian

1. Manfaat secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi penguat teori dibidang manajemen pemasaran terkhususnya mengenai pengambilan keputusan konsumen serta sebagai bahan pertimbangan, perbandingan, dan penyempurnaan bagi peneliti selanjutnya.
 - b. Bagi perguruan tinggi, diharapkan hasil penelitian dapat dijadikan sebagai dokumen akademik yang memiliki kegunaan sebagai acuan pada aktivitas akademik terkhususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen Universitas Jambi.
2. Manfaat secara Praktis
 - a. Sebagai bahan perbandingan dalam menentukan strategi pemasaran perusahaan dalam melakukan pertimbangan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga mampu meningkatkan daya saing perusahaan.