

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merujuk data BPS, pada triwulan I tahun 2020, kinerja industri kimia, farmasi dan obat tradisional (termasuk sektor kosmetik) mengalami pertumbuhan yang gemilang sebesar 5,59 persen. Produk kecantikan atau kosmetik merupakan produk yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dasar wanita akan kecantikan. Seiring dengan perkembangan zaman, produk kecantikan menjadi peranan penting bagi sebagian wanita. Produk kecantikan digunakan untuk merawat bagian luar tubuh agar terlihat lebih menarik. Dimana ketika menggunakan produk kecantikan, akan terlihat berbeda dengan sebelum menggunakannya. Untuk memenuhi kebutuhan akan produk kecantikan, perusahaan memproduksi produk kecantikan dengan berbagai macam inovasi produk. Seringkali produk kecantikan digunakan oleh konsumen untuk memperjelas identitas dirinya.

Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam peraturan Kepala BPOM RI Nomor HK.03.1.23.08.11.07331 tahun 2011 tentang metode analisis kosmetik menyebutkan bahwa kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar), atau gigi dan membran mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik. Berbagai macam kosmetik dapat digunakan oleh seseorang untuk merefleksikan dirinya. Saat ini, konsumen lebih selektif dalam hal perawatan kulit terutama kulit

wajah. Keinginan untuk mempercantik diri secara berlebihan, salah pengertian akan kegunaan kosmetik, menyebabkan seseorang berbuat kesalahan dalam memilih dan menggunakan kosmetik tanpa memperhatikan kondisi kulit dan pengaruh lingkungan, hasil yang didapatkan tidak membuat kulit menjadi sehat dan cantik, tetapi sebaliknya yaitu terjadi berbagai kelainan kulit yang disebabkan oleh penggunaan kosmetika tersebut. Gaya hidup yang kini terjadi pada masyarakat baik masyarakat kota maupun desa, tidak hanya kalangan anak remaja tetapi juga kalangan orang dewasa (Herlina dan Vestabilivy, 2019:32). Banyak yang menggunakan produk kecantikan bukan karena kebutuhan akan tetapi untuk mengikuti pola gaya hidup yang mengikuti tren.

Menurut Kotler (2012:189) menyatakan bahwa gaya hidup seseorang adalah pola hidup yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Di dalam gaya hidup bagaimana konsumen menghabiskan waktu, uang, tenaga, dan sumber daya lainnya (aktivitas), selain itu, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (minat) dan bagaimana mereka menanggapi diri mereka sendiri dan lingkungannya (opini). Gaya hidup seseorang mencerminkan kepribadiannya dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Konsumen dengan gaya hidup yang mewah cenderung akan mengkonsumsi barang-barang yang tergolong mewah. Dimana yang dimaksud dengan barang mewah disini adalah barang-barang dengan kualitas tinggi dan bermerek. Sebaliknya, konsumen dengan gaya hidup yang sederhana cenderung akan mengkonsumsi barang-barang yang sekiranya bermanfaat bagi mereka tanpa memperhatikan merek dan kualitas produk. Pada produk kosmetik perubahan tren yang cepat, gaya hidup dan kebutuhan terhadap kosmetik yang sesuai membuat

proses pemilihan produk kosmetik dilakukan secara lebih selektif oleh konsumen (Puranda dan Madiawati, 2017:27).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh AC Nielsen (2014:98) bahwa lebih dari dua pertiga konsumen global saat ini sangat menekankan pada upaya untuk tampil cantik dan menarik dibandingkan dengan konsumen zaman dahulu. Menariknya bukan hanya konsumen wanita yang memiliki keinginan untuk memiliki kulit wajah yang bersih, akan tetapi pria juga memiliki keinginan untuk memiliki kulit wajah bersih. Sesuai dengan pertumbuhan penjualan kosmetik juga didorong oleh tren penggunaan kosmetik oleh kaum pria. Berdasarkan businessnews.co.id (2017:26) dulu pria tidak tertarik membeli produk perawatan kulit yang maskulin, tetapi sekarang ketertarikan pria terhadap produk kosmetik dan perawatan kulit menjadi meningkat. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti setelah penyebaran kuisioner terdapat satu responden pria yang memiliki perbedaan dengan responden pria yang lain yaitu menggunakan masker Spirulina Tiens dengan pemakaian 100 kali. Hal tersebut dikarenakan kesehatan kulit seorang pria juga perlu diperhatikan, baik mereka yang memiliki jenis kulit kering terlebih mereka yang memiliki jenis kulit berminyak. Masker Spirulina Tiens sangat cocok bagi mereka yang memiliki jenis kulit berminyak, berjerawat, wajah kusam, berkomedo dan lain-lain. Tren kenaikan penggunaan kosmetik oleh kaum pria, dimana saat ini semakin banyak pria menempatkan produk perawatan tubuh sebagai salah satu kebutuhan utama, hal ini menjadi faktor pendorong pertumbuhan volume penjualan kosmetik (Ketua Umum Perkosmi Sancoyo Antarikso).

Keinginan untuk tampil cantik, modis dan modern merupakan salah satu mimpi terbesar mereka sebagai Mahasiswa. Rasa penasaran terhadap produk yang menjadi tren, juga yang menyebabkan pola gaya hidup mahasiswa berubah-ubah. Hal tersebut tentunya disebabkan karena pandangan mereka yang juga berubah bahwasanya mereka harus menggunakan atau memiliki barang atau produk trending supaya tidak ketinggalan zaman, dianggap mampu dan modern, serta mendapat penilaian positif dari masyarakat. Penggunaan kosmetik trending yang berdampak pada perubahan gaya hidup mereka sebagai mahasiswa disebabkan karena adanya simbol dan status. Keinginan mahasiswa untuk mengkonsumsi produk yang menjadi tren, juga disebabkan karena adanya dorongan dari luar seperti adanya pengaruh dari teman, iklan di media sosial dan lain-lain.

Penelitian ini lebih menitikberatkan pada gaya hidup Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dalam menggunakan masker Spirulina. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Stokist Tiens Bangkalan Spirulina yang dijadikan masker wajah mulai *booming* (terkenal) kira-kira sejak tahun 2014 sampai saat ini. Konsumen yang membeli dan menggunakan masker Spirulina Tiens memiliki tekstur wajah yang sudah memenuhi kriteria *glowing*. Begitupun dengan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang menggunakan masker Spirulina Tiens, kebanyakan dari mereka bukan karena punya masalah pada kulit wajah. Seperti berjerawat, berkomedo, lubang pori-pori wajah yang besar, wajah kusam, wajah berminyak dan lain-lain. Akan tetapi, lebih pada pola gaya hidup yang mengikuti tren. Dari hasil wawancara langsung yang dilakukan oleh peneliti terhadap Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura bahwasanya terdapat beberapa

Mahasiswa yang menyatakan bahwasannya mereka membeli masker Spirulina Tiens hanya untuk mengikuti tren. Selain itu, juga terdapat rasa penasaran dan rasa keingintahuan akan manfaat dari masker Spirulina Tiens itu sendiri. Dan ada juga yang menyatakan bahwasannya mereka butuh akan manfaat masker Spirulina Tiens untuk mengatasi masalah pada kulit wajah diantaranya wajah kusam, komedo, dan jerawat.

Identitasnya sebagai Mahasiswa, menyebabkan mereka ingin terlihat lebih *uptodate*. Selain itu, mereka juga ingin terlihat lebih menarik dalam masalah kecantikan kulit wajah. Beberapa Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura mengatakan bahwasannya menggunakan masker Spirulina Tiens lebih nyaman dan lebih mudah, dibandingkan harus datang ke salon kecantikan. Dengan pola gaya hidup Mahasiswa yang menyukai hal-hal yang praktis dan cepat (siap saji). Tidak heran bahwasanya masker Spirulina Tiens banyak diminati oleh kalangan Mahasiswa. Sehingga pola gaya hidup yang mengikuti tren itulah yang menyebabkan Mahasiswa melakukan keputusan pembelian masker Spirulina Tiens. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ariyanto dan Khuzaini (2016) bahwa variabel gaya hidup dalam penelitian tersebut menunjukkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mobil Nissan Juke pada PT. United Indo Surabaya. Hasil penelitian lainnya pada penelitian Rahmat (2017) menunjukkan berpengaruh signifikan. Dimana baik gaya hidup maupun citra merek memberikan dampak pada keputusan pembelian lipstik bagi pelanggan. Menurut Kotler (2012:189) menyatakan bahwa gaya hidup seseorang adalah pola hidup yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.

Banyaknya aktivitas yang dilakukan oleh Mahasiswa baik didalam maupun diluar kuliah seperti kuliah di kelas, seminar dan berbagai aktivitas organisasi menyebabkan kulit mereka perlu nutrisi atau vitamin kulit sehingga mereka perlu merawat diri salah satunya dengan menjaga kesehatan kulit. Aktivitas diartikan sebagai tindakan nyata dari seseorang dalam menghabiskan waktu, uang, tenaga dan sumber daya lain yang dimilikinya (Alsabiyah dkk, 2019:107). Jenis kegiatan yang dilakukan oleh seseorang akan mempengaruhi kebutuhan pada suatu produk. Harapan konsumen membeli suatu produk adalah yang dapat menunjang kebutuhan mereka. Masker Spirulina Tiens yang salah satu manfaatnya untuk menjaga kesehatan kulit, dapat membantu para Mahasiswa yang melakukan perawatan tersebut sehingga masker Spirulina Tiens bisa dikatakan cocok untuk mereka. Pemanfaatan Spirulina telah berkembang dari asalnya sebagai pakan alami ikan dan makanan pada manusia menjadi bahan baku kimia untuk bidang medis, penelitian biologi, dan kosmetik (Budiardi dkk, 2010:147). Sebagai Mahasiswa, bagi mereka tidak hanya ketika mereka melakukan aktivitas diluar ruangan yang perlu merawat kulit akan tetapi ketika mereka berada didalam ruangan juga perlu merawat kulit. Aktivitas mereka diluar ruangan menyebabkan kulit mereka terkena sinar ultraviolet secara langsung, sehingga perawatan dengan masker Spirulina Tiens merupakan salah satu solusi yang bisa diambil. Dimana hal tersebut sesuai dengan manfaat Spirulina sendiri yaitu menyehatkan dan mempercantik kulit (Katalog Produk Tiens, 2017:26). Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dkk, (2015) menghasilkan bahwasanya aktivitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian Busana Muslim

Shafira di Samarinda. Melakukan suatu keputusan pembelian menandakan seseorang butuh dan minat terhadap produk tersebut.

Minat seseorang dapat dilihat dari keinginan terhadap produk yang diinginkan sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Minat merujuk pada adanya ketertarikan yang disertai dengan perhatian terus menerus pada suatu objek yang dilakukan oleh seseorang (Alsabiyah dkk, 2019:107). Ketertarikan mahasiswa terhadap masker Spirulina Tiens dapat dilihat dari keputusan pembelian yang dilakukan. Generasi millennial salah satunya Mahasiswa sangat mementingkan penampilan untuk menunjang identitas mereka, terlebih pada cara mereka merawat kulit wajah. Masker wajah yang akhir-akhir ini menjadi perhatian publik dengan berbagai jenis menyebabkan seseorang mempunyai pilihan tersendiri untuk melakukan keputusan pembelian. Banyak penyebab seseorang tertarik terhadap suatu produk, sama halnya seseorang yang tertarik dengan masker Spirulina Tiens. Baik dari segi manfaat yang didapatkan, kualitas produk, harga, *packaging* dan lain-lain. Sangat penting bagi produsen masker Spirulina Tiens untuk menjadikan produknya dapat bersaing di pasaran dan perusahaan harus memperhatikan kualitas produk menjadi lebih baik lagi agar menarik perhatian konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Bagi perusahaan untuk dapat bersaing harus memiliki keunggulan bersaing, sehingga dapat menunjukkan bagaimana ia berbeda dari yang lainnya (Andriani, 2012:51). Mahasiswa merupakan salah satu konsumen yang menyukai hal-hal praktis dan efisien. Maka dari itu untuk menarik minat mahasiswa akan suatu produk, perusahaan harus membuat inovasi produk baru yang praktis dan mudah untuk digunakan agar menarik Mahasiswa untuk melakukan

keputusan pembelian. Masker Spirulina Tiens banyak diminati oleh masyarakat, hal ini disebabkan karena masker Spirulina Tiens dapat dikonsumsi (sebagai masker) oleh berbagai kalangan mulai dari kalangan remaja hingga dewasa terutama kalangan Mahasiswa. Hal ini dapat diketahui dari banyaknya Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang banyak menggunakan masker Spirulina. Tidak hanya kalangan wanita yang menggunakan tetapi kalangan pria juga menggunakan masker Spirulina Tiens. Dengan adanya produk-produk yang lebih berkualitas dan bermanfaat sesuai dengan perkembangan yang ada sehingga menarik minat konsumen untuk membelinya. Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dkk; (2015) menghasilkan bahwasanya minat berpengaruh terhadap keputusan pembelian Busana Muslim Shafira di Samarinda. Untuk mengetahui produk yang berkualitas, seorang Mahasiswa juga membutuhkan pendapat (opini) dari orang lain mengenai produk apa yang harus mereka konsumsi.

Opini merupakan jawaban lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respon terhadap diri sendiri ataupun hal-hal yang terjadi disekitarnya. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi. Semakin baik opini yang ada, maka keputusan pembelian juga semakin meningkat. Memahami dan mengenali keinginan konsumen sangatlah penting, karena produsen bergantung pada konsumennya (Alsabiyah dkk, 2019:107). Beberapa Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura menyatakan bahwasannya mereka butuh akan manfaat masker Spirulina untuk mengatasi masalah pada kulit wajah diantaranya wajah kusam, komedo, dan jerawat. Mendengar berbagai informasi mengenai manfaat masker Spirulina Tiens yang bagus untuk kulit wajah, tidak menutup kemungkinan

seseorang melakukan keputusan pembelian. Bagi Mahasiswa pendapat dari berbagai kalangan juga dibutuhkan untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Terlebih bagi orang yang sudah sangat mengetahui manfaat ataupun bahan dasar dari suatu produk, tidak menutup kemungkinan orang tersebut akan dimintai pendapat mengenai keputusan pembelian. Dimana hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Risnawati dan Hasbi (2015) bahwasanya opini secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian produk Revlon.

Berdasarkan uraian dari permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER SPIRULINA TIENS BERDASARKAN GAYA HIDUP (Studi Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah aktivitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian masker Spirulina Tiens ?
2. Apakah minat secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masker Spirulina Tiens ?
3. Apakah opini secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian masker Spirulina Tiens ?
4. Apakah gaya hidup yang terdiri dari aktivitas, minat dan opini secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian masker Spirulina Tiens ?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh aktivitas terhadap keputusan pembelian masker Spirulina Tiens
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh minat terhadap keputusan pembelian masker Spirulina Tiens
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh opini terhadap keputusan pembelian masker Spirulina Tiens
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup yang terdiri dari aktivitas, minat dan opini secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian masker Spirulina Tiens

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini untuk beberapa hal, yaitu:

1. Manfaat Bagi Penulis

Memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dan dipelajari selama kuliah, serta dapat meningkatkan pengetahuan terhadap informasi yang telah diperoleh dari penelitian yang berjudul “Keputusan Pembelian Masker Spirulina Tiens Berdasarkan Gaya Hidup yaitu aktivitas, minat dan opini (Studi pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)”.

2. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut bagi Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dengan topik yang sama yaitu “Keputusan Pembelian

Masker Spirulina Tiens Berdasarkan Gaya Hidup yaitu aktivitas, minat dan opini (Studi pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)".

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan gaya hidup yaitu aktivitas, minat dan opini dalam pengambilan keputusan pembelian masker Spirulina Tiens, dan dapat menjadi referensi, pertimbangan, dan masukan untuk penelitian lebih lanjut.