

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar belakang**

Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya pertumbuhan penduduk setiap tahun, maka kebutuhan masyarakat terhadap salah satunya perawatan wajah meningkat. Perubahan tren di dunia kecantikan khususnya pada perawatan wajah membuat orang semakin sadar untuk merawat kulit wajahnya, bukan hanya sekedar memakainya, tetapi manfaat dan bagaimana mereka bisa mempunyai kulit yang sehat, tampak lebih cerah, awet muda dan terawat. Tren ini tidak hanya kaum wanita saja, kaum pria juga sudah mulai sadar untuk merawat kulit wajahnya dengan berbagai alasan, walaupun masih didominasi oleh kaum wanita.

Berbagai macam produk kosmetik perawatan wajah baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Di Indonesia sendiri sangat banyak produk kosmetik perawatan wajah. Ada berbagai macam merek produk kosmetik perawatan wajah yang beredar di Indonesia dengan merek dan asal negara yang berbeda-beda. Di negara berkembang seperti Indonesia konsumen cenderung lebih tertarik membeli produk dari luar, karena konsumen meyakini jaminan kualitas dan mutu yang diberikan.

Banyaknya perusahaan kosmetik perawatan wajah asing yang masuk ke pangsa pasar Indonesia dan menjadi persaingan yang ketat bagi perusahaan – perusahaan kosmetik perawatan wajah. Termasuk perusahaan – perusahaan

kosmetik perawatan wajah asal Korea Selatan yang ikut pangsa pasar di Indonesia. Setiap tahunnya produk – produk kosmetik perawatan wajah asal dari Korea Selatan ini terus meningkat di Indonesia, memberikan kegunaan dan manfaat yang berbeda-beda.

Pada Juli 2020 menunjukkan bahwa produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan telah merambah ke berbagai negara dunia. Pamornya di dunia internasional membuat produk-produk kecantikan tersebut ternyata banyak digunakan konsumen di Asia. Negara selain Korea Selatan yang menggunakan produk Korea Selatan adalah Filipina dengan total pengguna mencapai 53%. Perempuan di Filipina pun mengaku menggunakan produk-produk dari Korea Selatan sebanyak 62%, sedangkan Indonesia sendiri berada di urutan ke-7 di atas Cina dengan total pengguna skincare Korea Selatan sebanyak 35% dan total wanita Indonesia yang menggunakan skincare Korea Selatan sebanyak 46% ([www.tempo.com](http://www.tempo.com), 2020). Berikut daftar merek kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan terlaris di Indonesia.

**Tabel 1. 1 Daftar merek kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan**

No.	Merek	Persentase Penjualan
1.	Innisfree	25,84%
2.	Laneige	23,82%
3.	Nature Republic	21,67%
4.	Cosrx	12,7%
5.	Etude House	4,42%
6.	Sulwhasoo	4,29%
7.	The Face Shop	3,56%

Sumber: [www.linetoday.com](http://www.linetoday.com) (2020)

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa, masyarakat Indonesia sangat menyukai produk perawatan wajah dari Korea Selatan. Dari gambar di atas, merek Innisfree paling banyak digunakan sebanyak 25,84%. Merek Laneige menduduki posisi ke-2 dengan 23,67%. Nature Republic dengan urutan ke-3 dengan 21,67%. Selanjutnya urutan ke-4 ada Cosrx digunakan dengan 12,7%. Etude House dan Sulwhasoo sebanyak 4,42% dan 4,29%. Di urutan terakhir ada merek The Face Shop hanya 3,56%. Dari semua merek tersebut menunjukkan bahwa produk kosmetik perawatan dari Korea Selatan mampu bersaing dengan merek produk lain.

Sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh para konsumen dilakukan atas dasar kebutuhan dan keinginannya terhadap suatu produk tersebut. Banyak konsumen yang menganggap produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan sebagai nilai sosial, citra negara, dan gaya hidup yang cukup penting untuk mereka gunakan sehari-hari.

Menurut Schiffman & Kanuk (2007) keputusan pembelian melibatkan urutan pilihan yang dibentuk oleh konsumen sebelum melakukan pembelian yang dimulai setelah dia memiliki kesediaan untuk memenuhi suatu kebutuhan. Konsumen harus mengambil keputusan berkenaan dengan tempat pembelian, merek yang diinginkan, model, jumlah pembelian, waktu untuk membeli, jumlah uang yang akan dikeluarkan dan cara pembayaran. Keputusan ini dapat dipengaruhi oleh pemasar dengan memberikan informasi tentang produk atau layanan mereka yang dapat menginformasikan proses penilaian konsumen. menyatakan bahwa konsumen biasanya mencari informasi yang relevan tentang kebutuhan terkait konsumsi tertentu dari pengalaman masa lalu mereka sebelum mencari sumber

informasi eksternal. Dengan kata lain, pengalaman pembelian masa lalu dianggap sebagai sumber informasi internal yang diandalkan konsumen sebelum membuat keputusan. Selain itu, beberapa keputusan konsumen kemungkinan besar dibentuk dengan mengintegrasikan pengalaman pembelian masa lalu serta program pemasaran dan sumber informasi non-komersial.

Nilai sosial merupakan manfaat sosial yang didapatkan konsumen ketika mereka menggunakan suatu produk dalam lingkungannya. Identifikasi sosial dan pemeliharaan citra dapat mendorong konsumen untuk membeli produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan, ini pada gilirannya dapat membantu mereka menarik perhatian pada diri mereka sendiri di arena sosial. Berdasarkan literatur sebelumnya di daerah tersebut, mengidentifikasi dua konstruksi nilai sosial yaitu, mencolok dan status sosial. Sweeney & Sourtar (2001) mendefinisikan, nilai sosial sebagai fungsi yang berasal dari kemampuan produk untuk meningkatkan status sosial individu.

Kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan dipilih karena pengaruh citra negara terhadap evaluasi kualitas produk untuk kategori ini mungkin lebih terasa dibandingkan dengan kategori produk lainnya, seperti barang elektronik. Karena kurangnya kriteria objektif, evaluasi kualitas kosmetik terutama dipengaruhi oleh pemasaran dan citra negara merupakan alat pemasaran penting yang digunakan perusahaan. Lee dkk. (2015) mengatakan bahwa citra negara adalah menggambarkan persepsi yang diyakini seseorang tentang bangsa dan masyarakatnya, yang berasal dari pandangan mereka akan adanya jarak politik, bencana, pendidikan, pengalaman pribadi, dan media massa pada suatu negara. Citra negara didefinisikan

sebagai tempat asal produk berasal, bisa berupa kota, negara, atau wilayah. Efek dari pengaruh citra negara menunjukkan bahwa orang memiliki penilaian yang telah ditentukan sebelumnya tentang sebuah negara, sementara evaluasi terbentuk pada situasi politik, ekonomi, dan sosial.

Hal lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan yaitu gaya hidup sering digunakan untuk mengkategorikan seseorang dengan tingkat karakteristik dan kepercayaan yang sama. Gaya hidup bisa dilihat dari cara berpakaian, kebiasaan, dan lain-lain. Gaya hidup bisa dinilai relatif tergantung penilaian dari orang lain. Menurut Wibowo & Riyadi (2017), Gaya hidup bagaimana seseorang menjalani hidupnya termasuk dalam produk kosmetik perawatan apa yang mereka beli, bagaimana menggunakannya, dan apa yang mereka pikirkan dan rasakan setelah menggunakan produk atau gaya hidup yang terkait dengan tindakan nyata pembelian konsumen. gaya hidup adalah berkaitan dengan cara hidup seseorang, cara membelanjakan uangnya, dan cara mengalokasikan waktu. Gaya hidup mungkin menyangkut tindakan dan perilaku terbuka konsumen “bagaimana individu dalam hidupnya menghabiskan uang dan individu tersebut mengatur waktunya.

Salah satu yang mempengaruhi konsumen melakukan keputusan pembelian adanya *Korean wave (Hallyu)* merupakan suatu fenomena budaya populer asal Korea Selatan yang tersebar melalui media massa, dan popularitasnya sudah merambah ke kawasan Asia. Lee (2015) mengatakan pada awalnya Korean Wave diprakarsai oleh pemerintah dengan maksud untuk mengangkat kondisi ekonomi

dan memposisikan kembali citra negara, sehingga mendapat kepercayaan dari konsumen internasional sekaligus bertujuan untuk mempromosikan produk yang berkaitan dengan budaya. *Korean wave* telah mengajarkan budaya dan kehidupan masyarakat Korea kepada penjuru dunia, sehingga perusahaan kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan dapat bersaing dengan produk lokal. Produk perawatan wajah dari Korea Selatan lebih mudah dikenal oleh masyarakat karena masyarakat sudah paham tentang budaya Korea Selatan. Ketika popularitas *Korean Wave* mulai tumbuh, minat pembelian produk Korea Selatan seperti produk perawatan wajah dari Korea Selatan juga meningkat.

Dalam menentukan apa yang diinginkan oleh manusia, Allah SWT melarang hambanya dalam kerugian, seperti halnya dalam aktivitas pembelian. Manusia harus dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, dan antara yang baik buruknya. Dalam kaitannya dengan keputusan pembelian dalam islam. tanpa bertolak dari dasar firman Allah dan hadis dalam mengambil keputusan, seorang itu akan dikutuk oleh Allah SWT karena bersifat mempertaruhkan bahwa nafsu yang dituntun setan. Hal ini dapat dikaitkan dengan surat Al – Baqarah ayat 195 yang berbunyi:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ  
الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah SWT, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah SWT menyukai orang-orang yang berbuat baik.” (Q.S. Al– Baqarah:195)

Dalam surat Al – Baqarah ayat 195 menjelaskan bahwa sebaik-baiknya kita membelanjakan sesuatu yang bermanfaat, dan pada hal-hal membawa kebaikan. Dengan kita membeli produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan menggambarkan bahwa kita peduli terhadap wajah dan tubuh kita, dan akan memberikan manfaat yang baik kepada kulit wajah kita setelah penggunaan yang teratur. Kulit wajah akan menjadi sehat, dan hal ini menjauhkan kita dalam kebinasaan.

Ayat di atas sangat penting sebelum memutuskan membeli atau menggunakan produk perawatan wajah dari Korea Selatan hendaknya mengetahui terlebih dahulu kebutuhan atau masalah yang dihadapinya. Sehingga paham produk kosmetik perawatan wajah seperti apa yang dapat menyelesaikan kebutuhan tersebut. Ayat ini sangat penting untuk melakukan keputusan pembelian terhadap sesuatu yang berguna dan bermanfaat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian ini karena merujuk pada kecantikan atau perawatan wajah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari nilai sosial, citra negara, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan serta ditinjau dari sudut pandang islam.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah nilai sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan?
2. Apakah citra negara berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan?
4. Bagaimana pandangan islam tentang nilai sosial, citra negara, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui nilai sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan.
2. Untuk mengetahui citra negara berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan.
3. Untuk mengetahui gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan.



4. Untuk mengetahui pandangan islam tentang nilai sosial, citra negara dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian terdapat 2 (dua) manfaat baik secara akademik maupun non akademik.

##### **a. Manfaat Akademik**

Bagi para akademisi, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi penelitian lainnya dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai wawasan dan cakrawala pandang pembaca tentang faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Serta mengetahui juga tentang nilai sosial, citra negara, gaya hidup serta tinjauan dari sudut pandang islam.

##### **b. Manfaat Praktisi**

Bagi para praktisi, penelitian ini agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang dan referensi bagi pengaruh nilai sosial, citra negara, gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk kosmetik perawatan wajah dari Korea Selatan serta tinjauan dari sudut pandang islam.