

**Pengaruh Persepsi Konsumen Atas *Durability* dan
Performance Terhadap Niat Beli Ulang Produk Pensil
Alis Rose All Day**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

**Oleh:
Nazahra Anggita Rustam
6032001271**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi Unggul oleh LAMEMBA No. 720/DE/A.5/
AR.10/IX/2023
BANDUNG
2024**

**The Influence of Consumer Perceptions of Durability and
Performance on Repurchase Intention for Rose All Day
Eyebrow Pencil Products**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Management

**By
Nazahra Anggita Rustam
6032001271**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMIC
PROGRAM IN MANAGEMENT
Excellent Accredited by LAMEMBA No. 720/DE/ 5/
AR.10/IX/2023
BANDUNG
2024**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**Pengaruh Persepsi Konsumen Atas *Durability* dan *Performance*
Terhadap Niat Beli Ulang Produk Pensil Alis Rose All Day**

Oleh:

Nazahra Anggita Rustam

6032001271

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 23 Juli 2024

| Ketua Program Sarjana Manajemen,

Katlea Fitriani, ST., MSM., CIPM.

Pembimbing Skripsi,

Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA.

Ko-pembimbing Skripsi,

Meidila Anggita, S.E., M.M.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Nazahra Anggita Rustam
Tempat, tanggal lahir : Bekasi, 24 Januari 2002
NPM : 6032001271
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Persepsi Konsumen Atas *Durability* dan *Performance* Terhadap Niat Beli Ulang Produk Pensil Alis Rose All Day

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : V. J. Wisnu Wardhono, Drs., MSIE dan Meidila Anggita, S.E., M.M.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung, 3 Juli 2024

Dinyatakan tanggal: 3 Juli 2024

Pembuat pernyataan :



Nazahra Anggita Rustam

ABSTRAK

Rose All Day merupakan merek kosmetik baru dengan salah satu produk inovasinya yakni pensil alis *Brow Fix Micro All Day*. Produk ini menerima berbagai ulasan negatif berkaitan dengan daya tahan dan kualitasnya. Kualitas produk sendiri memiliki 8 dimensi, *performance, features, reliability, durability, conformance, serviceability, aesthetics, dan perceived quality*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen atas *durability* dan *performance* terhadap keputusan pembelian ulang pensil alis Rose All Day.

Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuisisioner dengan 100 responden dan wawancara serta data sekunder berupa buku dan literatur. Variabel yang dianalisis adalah *durability* (X1), *performance* (X2), dan niat beli ulang (Y) yang diukur dengan skala *semantic differential*. Data yang didapatkan akan dianalisis menggunakan uji asumsi klasik serta analisis regresi linier berganda.

Hasil kuisisioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan pasti tidak akan melakukan pembelian ulang produk. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel *performance* berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang namun variabel *durability* tidak berpengaruh signifikan. Kedua variabel yakni *durability* dan *performance* berpengaruh secara simultan terhadap niat beli ulang.

Kata kunci: *Durability, Responsiveness, Niat Beli Ulang*

ABSTRACT

Rose All Day is a new cosmetic brand with one of its innovative products, namely the Brow Fix Micro All Day eyebrow pencil. This product received various negative reviews regarding its durability and quality. Product quality itself has 8 dimensions, performance, features, reliability, durability, conformance, serviceability, aesthetics, and perceived quality. This research was conducted to determine the influence of consumer perceptions of durability and performance on the decision to repurchase the Rose All Day eyebrow pencil.

This research uses primary data in the form of a questionnaire with 100 respondents and interviews as well as secondary data in the form of books and literature. The variables analyzed are durability (X1), performance (X2), and repurchase intention (Y) which are measured using the semantic differential scale. The data obtained will be analyzed using the classic assumption test and multiple linear regression analysis.

The questionnaire results showed that the majority of respondents stated that they would definitely not repurchase the product. The results of data analysis show that the performance variable has a significant effect on repurchase intention but the durability variable has no significant effect. The two variables, namely durability and performance, simultaneously influence repurchase intentions.

Keywords: Durability, Performance, Repurchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Persepsi Konsumen Atas *Durability* dan *Performance* Terhadap Niat Beli Ulang Produk Pensil Alis Rose All Day" ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua penulis, Abah dan Mamah, yang senantiasa selalu memberikan dukungan moral dan materil kepada penulis serta doa paling tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi yang tiada henti selama proses bimbingan
3. Ibu Meidila Anggita, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan motivasi.
4. Ibu Teresia Debby, S.E., M.S.M., selaku dosen wali penulis yang telah memberikan arahan berupa perwalian selama masa perkuliahan penulis.
5. Ibu Katlea Fitriani, S.T., M.S.M., CIPM., selaku Ketua Program Studi yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk mengerjakan penelitian ini.
6. Seluruh staf dan tenaga pengajar di Prodi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan atas arahan dan ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan
7. Keluarga penulis, Kakak, Eteh, Badin, Aden, dan Tete yang selalu memberikan motivasi dan semangat selama penyusunan skripsi ini
8. Naufal Raihan Chandra selaku teman dekat penulis yang senantiasa memberikan memberikan bantuan dan dukungan

9. Marsha, Syifa, Meia, Dianira dan Aulia selaku teman yang selalu membantu dan mendukung selama masa perkuliahan
10. Rheina Erlina, Marsha, Jasmine, dan Yemima selaku teman seperjuangan skripsi yang selalu membantu dan memberikan dukungan selama berjalannya penyusunan skripsi ini.
11. Mitha Kartika yang telah berbagi ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca guna perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Bandung, 3 Juli 2024

Nazahra Anggita Rustam

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Kerangka Penelitian.....	12
1.6 Hipotesis Penelitian	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Kosmetik.....	14
2.1.1 Penggolongan Kosmetik.....	14
2.2 Persepsi Konsumen.....	15
2.3 Kualitas Produk	16
2.3.1 Dimensi Kualitas Produk.....	16
2.4 <i>Durability</i>	17
2.5 <i>Performance</i>	18
2.6 Niat Beli Ulang	20
2.6.1 Indikator Niat Beli Ulang	20
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	23
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	23
3.2 Teknik Pengumpulan Data	23
3.2.1 Data Primer.....	23
3.2.2 Data Sekunder.....	24
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	24
3.4 Operasionalisasi Variabel	25
3.5 Pengukuran Variabel	28
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
3.6.1 Uji Validitas	29
3.6.2 Uji Reliabilitas	29

3.7 Teknik Analisis Data	30
3.7.1 Preliminary Research	30
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	30
3.7.3 Analisa Regresi Linear Berganda	31
3.8 Objek Penelitian.....	32
3.8.1 Profil Perusahaan	32
3.8.2 Profil Responden	33
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Analisis Kualitatif Variabel	35
4.1.1 Analisis Persepsi Konsumen Terhadap <i>Durability</i> Pensil Alis Rose All Day (X1)	35
4.1.2 Analisis Persepsi Konsumen Terhadap <i>Performance</i> Pensil Alis Rose All Day (X2)	38
4.2 Analisis Kuantitatif Variabel	41
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	42
4.2.2 Regresi Linear Berganda	44
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Ulasan Negatif Pada Halaman Shopee Rose All Day	4
Tabel 1.2	Hasil Preliminary Research Terkait Kualitas Produk Pensil Alis Rose All Day	8
Tabel 1.3	Hasil Preliminary Research Terkait Niat Beli Ulang Responden	9
Tabel 1.4	Hasil Preliminary Research Terkait Alasan Responden Tidak Akan Membeli Ulang Produk Pensil Alis Rose All Day	9
Tabel 2.1	Jurnal Mapping Durability	17
Tabel 2.2	Jurnal Mapping Performance	18
Tabel 2.3	Jurnal Mapping Niat Beli Ulang	20
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Durability	24
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Performance	25
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Niat Beli Ulang	26
Tabel 3.4	Keterangan Skala Semantic Differential	27
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas	28
Tabel 3.6	Usia Responden	31
Tabel 3.7	Pernah membeli produk Rose All Day	31
Tabel 3.8	Pernah membeli pensil alis Rose All Day	32
Tabel 4.1	Persepsi Konsumen Terhadap Jangka Waktu Tanggal Kadaluarsa Pensil Alis Rose All Day	33
Tabel 4.2	Persepsi Konsumen Terhadap Kekuatan Batang Pigmen Pensil Alis Rose All Day	34
Tabel 4.3	Persepsi Konsumen Terhadap Ketahanan Warna Pensil Alis Rose All Day Ketika Digunakan	34
Tabel 4.4	Persepsi Konsumen Terhadap Kekuatan Kemasan Pensil Alis Rose All Day	35
Tabel 4.5	Persepsi Konsumen Terhadap Tingkat Kenyamanan Pensil Alis Rose All Day Saat Diaplikasikan Di Alis	36
Tabel 4.6	Persepsi Konsumen Terhadap Tingkat Keringanan Pensil Alis Rose All Day Saat Diaplikasikan Di Alis	36
Tabel 4.7	Persepsi Konsumen Terhadap Tingkat Pigmentasi Warna Pensil Alis Rose All Day	37
Tabel 4.8	Persepsi Konsumen Terhadap Ketahanan Warna Pensil Alis Rose All Day Selama Digunakan	38
Tabel 4.9	Persepsi Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pensil Alis Rose All Day	39
Tabel 4.10	Hasil Uji F	41
Tabel 4.11	Hasil Uji T	42
Tabel 4.12	Hasil	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Alasan Memilih Kosmetik Merek Lokal	2
Gambar 1.2	Perbandingan Pengguna Merek Kosmetik Lokal dan Internasional	3
Gambar 1.3	Grafik Pangsa Pasar Industri Kecantikan di Indonesia dari Tahun 2015 Hingga Tahun 2023	3
Gambar 1.4	Model Konseptual Penelitian	13
Gambar 3.1	Logo Perusahaan Rose All Day	30
Gambar 4.1	Hasil Histogram	39
Gambar 4.2	Hasil Normal P-Plot	40
Gambar 4.3	Hasil Uji Multikolinearitas	40
Gambar 4.4	Hasil Scatterplot	41

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

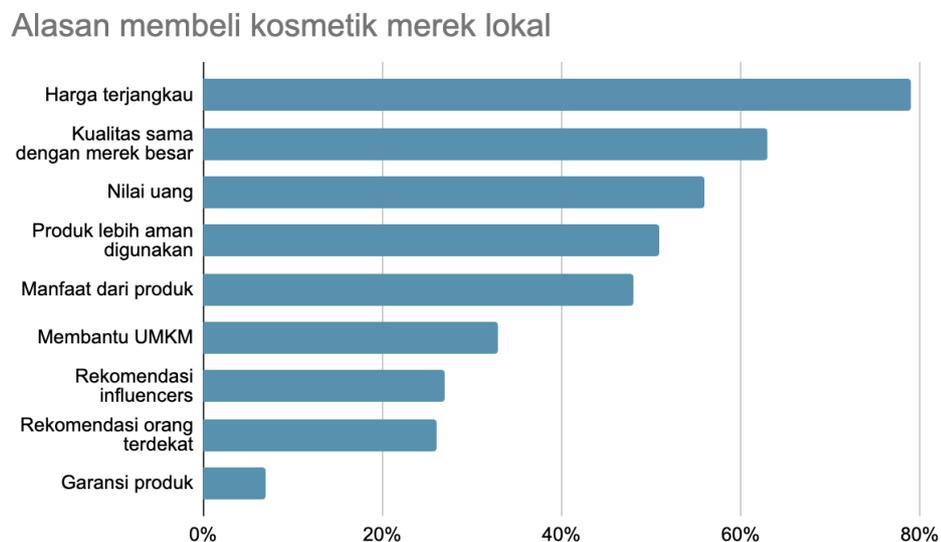
Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, produk perawatan dan kecantikan kini sudah menjadi suatu kebutuhan bagi manusia terutama perempuan. Majunya teknologi saat ini menyebabkan banyaknya produk-produk perawatan dengan inovasi terbaru bermunculan. Terutama di Indonesia, fenomena banyaknya kemunculan merek-merek kosmetik dan *skincare* baru, baik merek lokal maupun merek internasional, mewarnai industri kecantikan di negara ini. Penggunaan kosmetik telah ada sejak puluhan tahun yang lalu. Seiring berjalannya waktu, gaya yang digunakan dalam mengaplikasikan kosmetik terus berubah. Menurut McEvoy (2005), penggunaan kosmetik bukan hanya untuk mengubah penampilan namun juga mengubah suasana hati. Kosmetik menjadi kebutuhan penting bagi kebanyakan perempuan agar terlihat rapi dan merasa percaya diri. Oleh karena itu, kebanyakan perempuan rela menyisihkan sebagian penghasilannya untuk membeli produk kecantikan baik kosmetik maupun *skincare* secara rutin.

Perkembangan industri kecantikan di Indonesia berkembang sangat baik. Kosmetik merek lokal kini ramai bermunculan dengan inovasi produk yang bermacam-macam. Oleh karena itu, kebanyakan pengguna kosmetik di Indonesia saat ini lebih memilih untuk menggunakan produk lokal dibanding produk internasional. Kebutuhan konsumen kosmetik semakin didukung oleh produk-produk inovatif dari merek lokal. Mulai dari inovasi formula produknya maupun inovasi dari kemasan. Dewasa ini, banyak produk kosmetik dari merek lokal yang menawarkan kualitas sebanding dengan merek internasional dengan menariff harga yang jauh lebih terjangkau. Kecanggihan teknologi dan inovasi saat ini juga kerap berperan dalam memperluas pasar industri kecantikan. Banyak kosmetik merek lokal yang mengeluarkan produk kecantikan seperti salah satunya kosmetik yang aman digunakan oleh kalangan remaja. Hal ini tentu saja memberikan kesempatan pada banyak pengguna dan penggemar kosmetik untuk melakukan eksplorasi dan

mengekspresikan diri melalui kosmetik. Setiap pengguna kosmetik tentu saja memiliki gaya tersendiri ketika menggunakan produk sendiri. Bahkan, bagi penggemar kosmetik, muka bisa dijadikan kanvas untuk menuangkan kreatifitas dan berekspresi.

Kosmetik merek lokal kini ramai bermunculan dengan inovasi produk yang bermacam-macam. Oleh karena itu, kebanyakan pengguna kosmetik di Indonesia saat ini lebih memilih untuk menggunakan produk lokal dibanding produk internasional. Salah satu faktornya adalah kemudahan dalam mendapatkan produk serta harga yang relatif lebih terjangkau jika dibandingkan dengan merek kosmetik internasional. Selain itu, ada beberapa faktor yang mendasari konsumen kosmetik lebih memilih merek lokal dibanding merek internasional. Menurut data dari Populix tahun 2022, harga yang lebih murah menjadi alasan paling banyak digunakan konsumen kosmetik ketika membeli kosmetik merek lokal.

Gambar 1.1 Alasan Memilih Kosmetik Merek Lokal



Sumber : Populix

Menurut data yang diambil dari Databoks, pengguna kosmetik di Indonesia kini lebih banyak membeli produk kosmetik dari merek lokal.

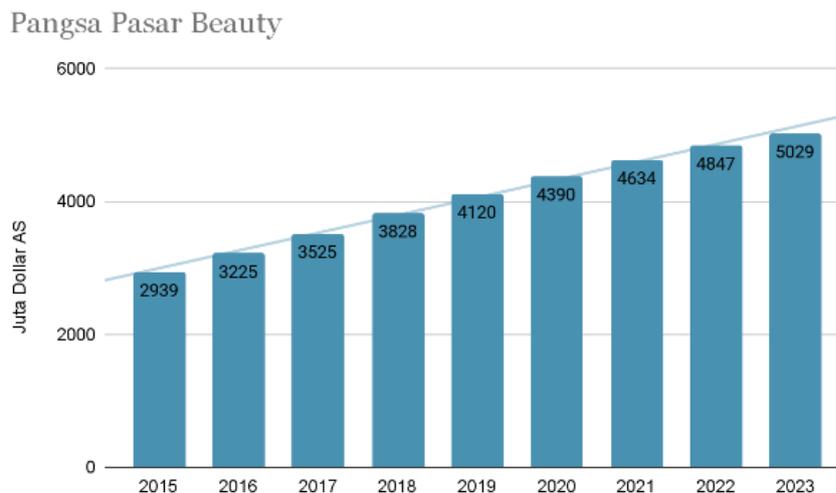
Gambar 1.2 Perbandingan Pengguna Merek Kosmetik Lokal dan Internasional



Sumber: Databoks

Menurut data di atas, 54% dari 500 populasi yang diambil, lebih memilih untuk menggunakan kosmetik dari merek lokal dibanding dengan merek internasional yang hanya meraih 11% dari 500 populasi. Selain itu penjualan dan pangsa pasar industri kecantikan kerap naik setiap tahunnya.

Gambar 1.3 Grafik Pangsa Pasar Industri Kecantikan di Indonesia Dari Tahun 2015 Hingga Tahun 2023



Sumber: kompas.id

Dari data di atas, angka yang terus bertambah setiap tahunnya juga didukung oleh salah satu faktor yaitu hadirnya produk-produk kecantikan di platform jual beli *online* atau *e-commerce*.

Rose All Day merupakan salah satu merek kosmetik dan *skincare* lokal Indonesia. Nama Rose All Day kini sedang ramai di industri kecantikan dikarenakan kualitas makeup dan *skincare* nya yang baik untuk ukuran produk lokal pendatang baru. Rose All Day telah berdiri sejak tahun 2017 kini sudah memiliki beberapa varian produk kosmetik dan *skincare*. Salah satu produk kosmetik dari Rose All Day adalah pensil alis dengan nama *Brow Fix Micro All Day*. Berbeda dengan beberapa pensil alis milik merek lokal lainnya yang berbentuk seperti pensil biasa, Rose All Day mengemas pensil alisnya seperti pena atau pensil mekanik yang akan mengeluarkan pensil alis tersebut ketika kemasannya diputar. Namun sayangnya, kemasan model tersebut memiliki beberapa kekurangan. Dalam halaman ulasan Rose All Day di beberapa *platform marketplace*, Rose All Day kerap mendapatkan beberapa ulasan negatif terkait produknya. Terutama pada produk pensil alisnya. Berikut beberapa ulasan negatif yang ada pada halaman ulasan Rose All Day di Shopee.

Tabel 1.1 Ulasan Negatif Pada Halaman Shopee Rose All Day

Ulasan Negatif Pada Halaman Shopee Rose All Day	Keterangan
 lityaagustine12  Membantu Variasi: Medium Ash Brown patah2 terus seperti pensil cetek anak 😞 20-02-2024 21:46	Produk pensil alis mudah patah
 r*****a  Membantu Variasi: Lengthening, Volumizing baru di buka 2 kali udh patah 10-02-2024 12:07	Produk pensil alis mudah patah

Tabel 1.1 Ulasan Negatif Pada Halaman Shopee Rose All Day

<p> r****s ★★★★☆ Membantu</p> <p>Variasi: Dark Brown, Medium Ash Brown</p> <p>gak boong menurut aku ini sangat pricey, aku sengaja review ini setelah 1 mgu pas pensil habis.. yang micro ini gampang patah saking kecilnya, better beli yang modelan 1 nya yang lebih besar ujungnya.. ininya ini gak worthit mana pake cm 1 mgu lagi :(</p>  <p>16-01-2024 09:40</p>	<p>Harga tidak sepadan dengan kualitas pensil alis yang mudah patah</p>
<p> a****6 ★★★★☆ Membantu</p> <p>Variasi: Dark Grey</p> <p>pas sampe isinya patah:(padahal udh pake fragile jd gabisa dipake sama sekali</p> <p>15-12-2023 17:07</p>	<p>Produk pensil alis mudah patah sehingga tidak bisa digunakan</p>
<p> p****p ★★★★☆ Membantu</p> <p>Variasi: Medium Ash Brown</p> <p>Performa: gampang patah Tekstur: bagus cmn terlalu tipis pas di swatch Cocok Untuk: yang punya alis tebal tp pgn pake alis Susah di swatch ke alis, padahal ngeluarinya dikit doang.</p>	<p>Produk pensil alis mudah patah dan warna dari kosmetik tidak keluar</p>
<p> a****0 ★★★★☆ Membantu</p> <p>Variasi: Medium Ash Brown</p> <p>produk ga berfungsi dengan baik. proses retur barang ribet</p> <p>26-11-2023 20:35</p>	<p>Kualitas produk pensil alis tidak baik dan proses pengembalian barang sulit</p>

Tabel 1.1 Ulasan Negatif Pada Halaman Shopee Rose All Day

<p>  k****z  Membantu(2) ... </p> <p> Variasi: Dark Grey Tekstur: jelek Cocok Untuk: jelek Performa: jelek </p> <p> SUMPAH RUGI BOSSSS wkwkwk 79 rb buat produk yg gampang patah gajelas bgt mending nebelin alis make krayon wkwkwk padahal udah DIDAMBA DAMBAKAN WKWKWK lol abis kt orgmah </p>  <p> 10-12-2023 15:44 Respon Penjual ▾ </p>	<p>Produk pensil alis mudah patah</p>
<p>  j****5  Membantu(1) </p> <p> Variasi: Dark Grey </p> <p> barang baru sampai dan isinya patah jadi tidak bisa dipakai </p>  <p> 23-11-2023 12:03 Respon Penjual ▾ </p>	<p>Produk pensil alis sudah patah saat kemasan baru dibuka</p>
<p>  f****a  Membantu(1) </p> <p> Variasi: Dark Grey Performa: tidak baik Tekstur: tidak tahu Cocok Untuk: none </p> <p> produk patah di dalam, tidak bs di putar. kece sekali. </p>  <p> 16-10-2023 16:29 Respon Penjual ▾ </p>	<p>Produk pensil alis patah</p>

Tabel 1.1 Ulasan Negatif Pada Halaman Shopee Rose All Day

<p>an2aminah ★★★★★ Membantu</p> <p>Variasi: Dark Grey</p> <p>Barang nya baru sampe ternyata pensilnya patah dan rusak 😞</p>  <p>14-12-2023 21:39 Respon Penjual</p>	<p>Produk pensil alis patah</p>
<p>s****e ★★★★★ Membantu</p> <p>Variasi: Dark Grey</p> <p>Gampang patah</p> <p>03-02-2024 09:00 Respon Penjual</p>	<p>Produk pensil alis mudah patah</p>

Sumber: Halaman Ulasan Pada Toko Rose All Day di Shopee

Tabel 1.1 menunjukkan beberapa ulasan negatif terhadap produk Rose All Day. Jika dilihat dari halaman ulasan Shopee Rose All Day, mayoritas konsumen mengeluhkan kualitas salah satu produk Rose All Day yaitu Rose All Day *Brow Fix Micro All Day* atau pensil alis. Beberapa konsumen dalam ulasannya mengeluhkan bahwa pensil alis dari Rose All Day sangat mudah patah. Beberapa bahkan patah saat pertama kali dibuka sehingga tidak dapat digunakan. Selain itu, beberapa konsumen juga mengeluhkan kualitas kemasan produk kosmetik Rose All Day. Konsumen yang memberi ulasan mengenai kemasan mengatakan bahwa kemasan pada produk pensil alis milik Rose All Day kurang baik.

Untuk mendukung penelitian ini, penulis melakukan penelitian pendahuluan atau *preliminary research* dengan menyebarkan pertanyaan terbuka berupa Google Form pada 11 responden yang pernah melakukan transaksi dan menggunakan produk pensil alis Rose All Day. Tujuan penulis membuat *preliminary research* adalah untuk mengetahui akar penyebab dari kurangnya niat beli ulang konsumen pada produk Brow Fix Micro Pencil atau pensil alis dari Rose All Day. Dalam *preliminary research* yang dilakukan, penulis memberikan

beberapa pernyataan yang akan diberikan tanggapan responden dalam bentuk skala 1 hingga 4. Dengan keterangan skala 1 sangat setuju, skala 2 setuju, skala 3 tidak setuju, dan skala 4 sangat tidak setuju. Penulis juga memberikan pertanyaan terbuka sehingga responden dapat menjawab secara detail agar dapat ditemukan gejala dari masalah rendahnya niat beli ulang produk pensil alis Rose All Day.

Tabel 1.2 Hasil *Preliminary Research* Terkait Kualitas Produk Pensil Alis Rose All Day

Pertanyaan	Jumlah Responden dan Persentase			
	Skala			
	1 (Sangat setuju)	2 (Setuju)	3 (Tidak setuju)	4 (Sangat tidak setuju)
Kualitas produk pensil alis Rose All Day memuaskan	0	0	9 (81.8%)	2 (18.2%)

Sumber: Olahan Penulis

Dari hasil *preliminary research* pada tabel 1.2, dapat disimpulkan bahwa semua responden tidak setuju dengan pernyataan penulis terkait kualitas produk pensil alis Rose All Day memuaskan. 2 dari 11 responden menyatakan bahwa mereka sangat tidak setuju produk pensil alis Rose All Day memiliki kualitas yang memuaskan. Untuk mengetahui lebih dalam permasalahan ini, penulis memberikan pernyataan lebih lanjut untuk melihat seberapa besar penulis memberikan pernyataan terusan terkait niat beli ulang untuk mengetahui seberapa besar keinginan responden dalam membeli ulang produk pensil alis Rose All Day.

Tabel 1.3 Hasil *Preliminary Research* Terkait Niat Beli Ulang Responden

Pernyataan	Jumlah Responden dan Persentase			
	Skala			
	1 (Sangat setuju)	2 (Setuju)	3 (Tidak setuju)	4 (Sangat tidak setuju)
Saya akan membeli ulang produk pensil alis Rose All Day	0	0	9 (81.8%)	2 (18.2%)

Sumber : Olahan Penulis

Dari hasil *preliminary research* pada tabel 1.3, dapat disimpulkan bahwa semua responden memiliki niat yang sangat rendah dalam membeli ulang produk pensil alis Rose All Day. Rendahnya niat beli ulang produk pensil alis Rose All Day ini tentunya didasari oleh alasan tertentu. Penulis meyakini bahwa setiap responden memiliki alasannya masing-masing terhadap keputusan untuk tidak akan membeli ulang produk pensil alis Rose All Day. Oleh karena itu, penulis memberikan pertanyaan terusan terkait alasan apa saja yang mendasari keputusan responden tidak akan membeli ulang produk pensil alis Rose All Day.

Tabel 1.4 Hasil *Preliminary Research* Terkait Alasan Responden Tidak Akan Membeli Ulang Produk Pensil Alis Rose All Day

Alasan	Jumlah Responden	Penyimpangan Teori
Produk pensil alis Rose All Day mudah patah	5	<i>Durability</i>

Tabel 1.4 Hasil *Preliminary Research* Terkait Alasan Responden Tidak Akan Membeli Ulang Produk Pensil Alis Rose All Day

Kualitas kemasan tidak baik	1	<i>Conformance</i>
Warna dari produk pensil alis Rose All Day tidak keluar dan tidak tebal	4	<i>Performance</i>
Ingin mencoba produk dari merek lain yang memiliki klaim yang lebih bagus	1	<i>Perceived Quality</i>

Sumber: Olahan Penulis

Dari hasil *preliminary research* yang diuraikan pada tabel 1.4, penulis menyimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang menjadi alasan konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang produk pensil alis Rose All Day. Faktor yang paling banyak disebutkan adalah mengenai kualitas dari produk pensil alis tersebut. Responden berpendapat bahwa kualitas produk pensil alis Rose All Day tidak bagus dan tidak sesuai dengan klaim yang dibuat oleh pihak Rose All Day. 5 dari 11 responden mengeluhkan pensil alis Rose All Day sangat tipis dan ringkih sehingga mudah patah. Responden yang lain menyatakan bahwa produk pensil alis Rose All Day tidak mengeluarkan warna atau warna yang dikeluarkan sangat tipis. Faktor yang lain berupa kualitas kemasan yang kurang memadai. Salah satu responden menyatakan bahwa kualitas kemasan pada produk pensil alis Rose All Day tidak bisa diputar. Dilihat dari banyaknya ulasan negatif dan adanya gejala serta latar belakang masalah ini, membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Persepsi Konsumen Atas *Durability* dan *Performance* Terhadap Niat Beli Ulang Produk Pensil Alis Rose All Day”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh persepsi konsumen atas *Durability* terhadap niat beli ulang produk pensil alis Rose All Day?
2. Seberapa besar pengaruh persepsi konsumen atas *Performance* terhadap niat beli ulang produk pensil alis Rose All Day?
3. Bagaimana persepsi konsumen atas *Durability* dan *Performance* dapat berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen pada produk pensil alis Rose All Day?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui bagaimana persepsi konsumen atas *Durability* terhadap niat beli ulang produk pensil alis Rose All Day
2. Mengetahui bagaimana persepsi konsumen atas *Performance* terhadap niat beli ulang produk pensil alis Rose All Day
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi konsumen atas *Durability* dan *Performance* pada niat beli ulang produk pensil alis Rose All Day
4. Mengetahui niat beli ulang produk pensil alis Rose All Day

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Untuk memperluas pemahaman mengenai bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap niat beli ulang produk pensil alis dari salah satu merek kosmetik lokal yang ada di Indonesia. Serta memanfaatkan kesempatan untuk mengimplementasikan teori yang sudah dipelajari selama di perguruan tinggi.

2. Bagi Perusahaan

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi oleh perusahaan serta dapat menjadi solusi dalam memecahkan masalah terutama di bidang kualitas layanan (ketanggapan) dan kualitas produk.

3. Bagi Peneliti Lain

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan referensi dan berguna untuk peneliti lain.

1.5 Kerangka Penelitian

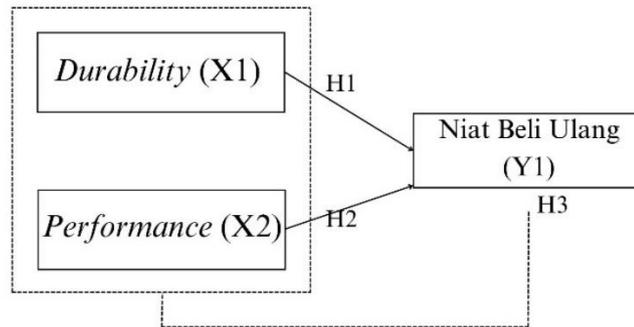
Dewasa ini, industri kecantikan di Indonesia memiliki persaingan yang cukup ketat, terutama merek kosmetik lokal baru yang saat ini saling berlomba-lomba menciptakan produk kosmetik dengan inovasi terbaru. Setiap merek produk kosmetik tentu saja memiliki keunggulan dan strateginya masing-masing untuk bersaing di pasar industri kecantikan. Ada beberapa faktor yang dijadikan pengguna kosmetik sebagai pertimbangan sebelum membeli suatu produk. Diantaranya merupakan kualitas produk, kualitas layanan, kualitas kemasan, ulasan dari pengguna lain dan lain sebagainya. Faktor-faktor tersebut kerap menjadi penentu keputusan konsumen dalam membeli ulang produk kosmetik. Faktor yang paling diperhatikan ketika membeli suatu produk kosmetik adalah kualitas pada produk tersebut. Manusia memiliki kondisi kulit yang berbeda-beda. Warna dan jenis kulit harus diperhatikan sebelum membeli produk kosmetik. Oleh karena itu, membeli produk kosmetik tidak dapat dilakukan sembarangan. Konsumen harus mengerti kondisi kulit terlebih dahulu kemudian mencari tahu produk kosmetik yang cocok.

Kualitas produk sendiri merujuk pada seberapa baik atau seberapa layak sebuah produk dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan, serta sejauh mana produk tersebut memenuhi standar yang ditetapkan. Produk dengan kualitas yang rendah akan menimbulkan persepsi negatif yang dapat merugikan perusahaan. Oleh karena itu, kualitas produk merupakan hal yang harus diperhatikan perusahaan karena dapat mempengaruhi kemampuan bersaing dan mencapai tingkat keuntungan yang diinginkan (Yudi, 2021).

Durability merupakan salah satu dimensi pada kualitas produk. *Durability* atau daya tahan menunjukkan usia suatu produk dapat bertahan sebelum mengganti ke produk baru. Sementara *performance* berkaitan dengan fungsi utama suatu produk yang ditawarkan. Fungsi utama yang dimaksud dalam dimensi ini dijadikan pertimbangan oleh konsumen saat membeli produk. Untuk produk kosmetik,

dimensi *performance* berkaitan dengan ketahanan, pigmen warna, kecocokan, dan lain sebagainya (Garvin, 1984).

Gambar 1.4 Model Konseptual Penelitian



1.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis yang dirumuskan penulis sebagai berikut :

H1 : Pengaruh persepsi konsumen Rose All Day mengenai *Durability* terhadap niat beli ulang produk pensil alis Rose All Day.

H2 : Pengaruh persepsi konsumen Rose All Day mengenai *Performance* terhadap niat beli ulang produk pensil alis Rose All Day.

H3 : Secara bersamaan, persepsi konsumen atas *Durability* dan *Performance* berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen pada produk pensil alis Rose All Day