



Analisis Pengaruh Kualitas Produk Kosmetik Merek Temulawak

Lida Urbaningrum

Universitas Bina Bangsa

Rosiyanti Rosiyanti

Universitas Bina Bangsa

Syamsul Hidayat

Universitas Bina Bangsa

Jalan Raya Serang - Jakarta, KM, 03 NO 1 B (Pakupatan) Serang-Banten, Indonesia. 0254-220158

Korespondensi penulis: lidaurbaningrum645@email.com

Abstract. *Temulawak is a cosmetic brand in Indonesia. Temulawak cosmetic products must compete so that their flagship products are able to attract consumer buying interest and dominate market share. The aim of this research is to analyze the quality of ginger cosmetic products on the decision to purchase these products. The research was carried out by distributing questionnaires online via Google Form to 100 respondents as a sample. The collected primary data will be tested for validity and readability and then analyzed using multiple linear regression analysis and processed using SPSS version 26 software. The results of the research show that product quality has a positive effect on purchasing decisions. The research results provide implications for ginger cosmetic products to improve product quality. By implementing this strategy, it is hoped that consumer purchasing decisions for ginger cosmetic products can be improved.*

Keywords: *purchasing decisions, cosmetics, product quality, ginger*

Abstrak. Temulawak adalah salah satu merek kosmetik yang ada di Indonesia. Produk kosmetik temulawak harus bersaing agar produk andalannya mampu menarik minat beli konsumen dan menguasai pangsa pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas produk kosmetik temulawak terhadap keputusan membeli produk tersebut. Penelitian dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara daring melalui google formulir kepada 100 responden sebagai sampel. Data primer yang terkumpul akan dilakukan uji validitas dan readability kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan diolah menggunakan software SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan membeli. Hasil penelitian memberikan implikasi bagi produk kosmetik temulawak untuk meningkatkan kualitas produk. Dengan menerapkan strategi tersebut, diharapkan agar keputusan pembelian konsumen terhadap produk kosmetik temulawak dapat ditingkatkan.

Kata kunci: keputusan pembelian, kosmetik, kualitas produk, temulawak

PENDAHULUAN

Kosmetik adalah paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ kelamin bagian luar), gigi, dan rongga mulut untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit. Kosmetik merupakan bagian dari kebutuhan hidup manusia yang sudah ada dan semakin berkembang dari masa ke masa.

Kosmetik yang dijual dengan harga murah, kebanyakan tidak adanya izin BPOM, sehingga tidak layak disebut suatu produk kosmetik, karena tidak mencantumkan kandungan bahan baku yang terdapat dalam kosmetik, tidak adanya petunjuk pakai dari kosmetik tersebut, bahkan banyak kosmetik yang beredar dipasaran tanpa adanya merek dan waktu kadaluarsa.

Banyak kosmetik yang beredar di Kota Idi pada tahun 2018 tidak terdaftar pada BPOM, seperti kosmetik merek Temulawak Two Way Cake, Collagen, Tabita, Cream HN, masker Naturgo, Cream BB Chusion Bio Aqua. Akibat pelaku usaha yang menjual kosmetik tanpa adanya izin edar dari BPOM. Konsumen yang mengalami kerugian akibat efek samping dari pemakaian kosmetik diatas, kejadian tersebut dialami oleh seorang mahasiswi bernama Irnasari, pemakaian paket pertama cream wajah Tabita tidak memberi efek apapun pada wajahnya, tetapi ketika Irnasari memakai untuk paket kedua, wajah Irnasari muncul flek-flek hitam di daerah pipi dan kantong mata. (Ayu Humaira, Yulia, Fatahillah 2021)

Penggunaan kosmetik yang meluas akhir-akhir ini dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat, yang mengakibatkan peningkatan frekuensi penyakit atau kelainan kulit yang terkait dengan penggunaan kosmetik. Masalah kulit yang karena penggunaan kosmetik yang tidak tepat dan berlebihan, pengolahan kosmetik yang tidak memadai, dan faktor lainnya. Bahan kosmetik pada pemakaian yang tidak tepat (Purwanto, 2009).

Hasil observasi yang telah saya lakukan dari 15 masyarakat masih ada yang menggunakan produk seperti yang tersebut diatas, yaitu produk produk yang tidak ada label halal atau harga lebih murah dengan di kemasan. Persaingan-persaingan dalam perusahann membuat sebagian berusaha mengambil keuntungan tanpa memikirkan kehalalan yang di produksikan di pasaran. Berdasarkan pengamatan yang saya lakukan, keputusan pembelian masyarakat pada kosmetik di desa sungai itik masih ada yang belum memperhatikan adanya label BPOM. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penjualan produk tanpa label BPOM di toko toko kosmetik, home shop maupun online shop di desa sungai itik. Banyak masyarakat yang cenderung minat dengan kosmetik tersebut karena efeknya lebih cepat dirasakan, sehingga membuat konsumen merasa puas dengan hasil yang di dapat dan memilih untuk menggunakan secara terus-menerus. Peminat dari kosmetik tanpa label tersebut tidak hanya dari kalangan pelajar/mahasiswa, tapi juga ibu rumah tangga dan pekerja/wanita karier. (Addiarrahman, Erwin Saputra Siregar, Fitri Andriyani 2023)

KAJIAN TEORITIS

Menurut Repi Yanti (2020) Krim temulawak ini adalah asli Malaysia yang telah menjadi salah satu produk terlaris di negara tetangga, dengan krim temulawak yang terkenal menyebar ke berbagai negara di sekitarnya, termasuk Indonesia. Karena lingkungan di kedua negara itu mirip yaitu tropis, maka krim ini layak digunakan oleh pemerintah Indonesia. Sebagai catatan, krim temulawak ini tidak seluruhnya mengandung bahan alami; itu juga mengandung bahan kimia yang berfungsi sebagai suplemen keefektifan krim temulawak. (Dara Masela, Merita 2021)

Komponen aktif rimpang temulawak yang berperan sebagai antioksidan adalah kurkuminoid yang terdiri atas kurkumin, demetoksikurkumin dan bisdemetoksikurkumin. Dari ketiga jenis kurkuminoid, kurkumin memiliki aktivitas antioksidan lebih tinggi dibandingkan yang lainnya, karena mengandung senyawa fenolik. Kandungan kurkuminoid dalam pati temulawak ini yang membedakan dari pati beras dan benguang sehingga dikembangkan menjadi bahan dasar sediaan bedak. (Titian Daru A.T, DKK 2019)

Menurut Kotler dan Keller (2012) minat beli adalah perilaku pelanggan yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu.

Keputusan pembelian yaitu tindakan yang dilakukan melakukan bentuk melakukan pembelian sebuah produk Lubis & Hidayat, (2017). Menurut Kotler dan Armstrong (2008) keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian, keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. Maka sebab itu Proses dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen ialah suatu proses dalam pemilihan salah satu dari beberapa bentuk penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. (Sinta Velia Sandra 2022).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian ini berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random,

pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 101 responden dengan menyebarkan kuesioner. Survei ini mencakup profil responden seperti nama, jenis kelamin, dan usia. Selain itu responden tertarik membeli produk skincare Temulawak, serta jawaban responden mengenai aspek dalam membeli produk skincare Temulawak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data responden yang diperoleh pada penelitian ini berasal dari kuesioner yang di bagikan secara online melalui google form pada konsumen produk skincare Temulawak. Responden yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 101 responden.

Tabel 1 data jenis kelamin
jenis_kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	20	19.8	19.8	19.8
	Perempuan	81	80.2	80.2	100.0
Total		101	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olah data (2022)

Berdasarkan Tabel 1 di atas tentang karakteristik gender pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden laki laki berkisar 20 orang atau 19,8% dan responden Perempuan berjumlah 81 orang atau 80,2%.

Tabel 2 data usia

		Frequency	Usia Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15	1	1.0	1.0	1.0
	16	3	3.0	3.0	4.0
	16 tahun	1	1.0	1.0	5.0
	16 thn	1	1.0	1.0	5.9
	17	3	3.0	3.0	8.9
	18	4	4.0	4.0	12.9
	19	5	5.0	5.0	17.8
	19th	1	1.0	1.0	18.8
	20	25	24.8	24.8	43.6
	20 tahun	5	5.0	5.0	48.5
	20 Tahun	1	1.0	1.0	49.5
	20tahun	1	1.0	1.0	50.5
	20thn	1	1.0	1.0	51.5
	21	21	20.8	20.8	72.3
	21 tahun	3	3.0	3.0	75.2
	21 Tahun	2	2.0	2.0	77.2
	21 THN	1	1.0	1.0	78.2
	22	9	8.9	8.9	87.1
	22 tahun	1	1.0	1.0	88.1
	23	6	5.9	5.9	94.1
	24	2	2.0	2.0	96.0
25	1	1.0	1.0	97.0	
32	1	1.0	1.0	98.0	
33	2	2.0	2.0	100.0	
Total		101	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olah data (2022)

Berdasarkan tabel 2 diatas karakteristik usia pada penelitian ini bahwa reponden dengan usia 15-19 tahun berjumlah 13 orang atau 18,8,% dengan usia 20-25 tahun berjumlah 79 atau 78,2% dengan usia 32-33 tahun berjumlah 3 orang atau 3,0% .

Table 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Hasil
Kualitas produk	X1_1	0.653	0,1956	Valid
	X1_2	0.780	0,1956	Valid
	X1_3	0.596	0,1956	Valid
	X1_4	0.583	0,1956	Valid
Review produk	X2_1	0.605	0,1956	Valid
	X2_2	0.661	0,1956	Valid
	X2_3	0.689	0,1956	Valid
Keputusan Pembelian	Y1	0.686	0,1956	Valid
	Y2	0.773	0,1956	Valid
	Y3	0.690	0,1956	Valid

Sumber: Hasil olah data (2022)

Berdasarkan hasil uji validitas, menunjukkan bahwa item pertanyaan serta pernyataan dari ketiga variabel valid karena memenuhi kriteria bahwa r-hitung lebih besar dari r-tabel. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 101 responden dengan tingkat signifikansi 5% (0,1956) yang berarti bahwa jika r-hitung lebih dari 0,1946 kuesioner tersebut dapat dinyatakan valid.

Table 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil
Kualitas Produk	0,826	Reliabel
Review Produk	0,804	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,847	Reliabel

Sumber: Hasil olah data (2022)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, ketiga variabel yaitu kualitas produk, review produk, dan keputusan pembelian dapat dinyatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha melebihi 0,60.

Table 5 Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.43385860
Most Extreme Differences	Absolute	.148
	Positive	.093
	Negative	-.148
Test Statistic		.148
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.022
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

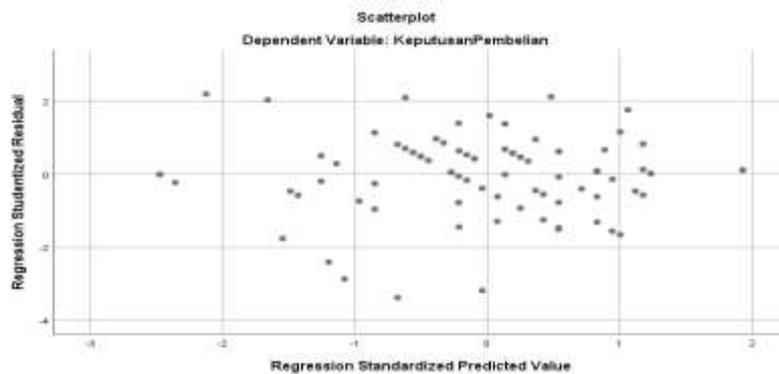
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil olah data (2022)

Berdasarkan tabel 5 untuk menentukan apakah data terdistribusi secara normal atau tidak penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, jika nilai signifikansi adalah sebesar $> 0,05$ yang menunjukkan bahwa nilai residual telah terdistribusi secara normal. Dapat

dilihat bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data kuesioner temulawak dinyatakan terdistribusi secara normal.



Gambar 1 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar scatterplot dapat diketahui bahwa pola data menyebar pada seluruh variabel yang artinya signifikansi variabel terhadap variabel lainnya menyebar secara keseluruhan.

Table 6 Uji Heteroksedasitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1.269	.406		3.125	.002
	KualitasProduk	.078	.045	.271	1.747	.084
	ReviewProduk	-.141	.055	-.397	-2.561	.012

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: Hasil olah data (2022)

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.

Table 7 Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KualitasProduk	.397	2.516
	ReviewProduk	.397	2.516

Sumber: Hasil olah data (2022)

Berdasarkan tabel 7 uji multikolinearitas dapat dinyatakan bahwa model yang digunakan dalam penelitian komestik temulawak terbebas dari gangguan multikolineritas karena nilai VIF berada di bawah 10 dan nilai tolerance berada di atas 0,1.

Table 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.052	.588		.088	.930		
	KualitasProduk	.157	.065	.182	2.414	.018	.397	2.516
	ReviewProduk	.777	.080	.734	9.730	.000	.397	2.516

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Hasil olah data (2022)

Berdasarkan table 8 dapat diartikan bahwa nilai a sebesar 0,052 merupakan konstanta. Nilai b1 (nilai koefisien regresi x1) sebesar 0,157 menunjukkan variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan membeli. Dan yang berarti semakin baiknya kualitas produk, maka keputusan membeli konsumen akan meningkat sebesar 0,157. Sementara nilai b2 sebesar 0,777 menunjukkan bahwa variabel review produk berpengaruh positif dengan keputusan membeli, yang berarti semakin meningkatnya ulasan, maka keputusan membeli konsumen juga akan meningkat sebesar 0,777. Berdasarkan tabel 8, hasil uji T menunjukkan bahwa :

1. Nilai signifikansi kualitas produk (X1) terhadap keputusan membeli (Y) sebesar 0,018, yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi bernilai positif 0,157. Sedangkan nilai t hitung yang didapat variabel kualitas produk 2,414. Berdasarkan hasil dan interpretasi, dapat dinyatakan variabel kualitas produk signifikan terhadap keputusan membeli produk Temulawak.
2. Nilai signifikansi ulasan produk (X2) terhadap keputusan membeli (Y) sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi bernilai positif 0,777. Sedangkan nilai t hitung yang didapat variabel ulasan produk 9,730. Berdasarkan hasil dan interpretasi, dapat dinyatakan variabel review produk signifikan terhadap keputusan membeli produk Temulawak.

Table 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 ^a	.779	.774	1.448

a. Predictors: (Constant), ReviewProduk, KualitasProduk

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Hasil olah data (2022)

Hasil uji koefisien determinasi berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi adjusted R-Square (R²) sebesar 0,774 atau 77,4% yang berarti menunjukkan pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan ulasan produk (X2) terhadap keputusan membeli (Y) sebesar 77,4% sedangkan variabel lain yang mempengaruhi variabel keputusan membeli namun tidak dimasukkan ke dalam model sebesar 22,6%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas produk dan review produk terhadap keputusan membeli produk Temulawak. Kualitas produk dan review produk yang ditawarkan oleh produk Temulawak kepada konsumen terbukti mampu memberikan pengaruh yang cukup tinggi dalam keputusan konsumen untuk membeli produk mereka.

Dari hasil Analisa yang dilakukan pada data produk temulawak dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas produk dan review produk sangat berpengaruh terhadap Keputusan konsumen dalam membeli produk kosmetik temulawak. Dengan melakukan pengujian data kuesioner pada software SPSS versi 25, menghasilkan output data berupa kesinambungan antara variabel kualitas produk (X1), review produk (X2), dan Keputusan pembelian (Y). produk temulawak dapat lebih memperhatikan kualitas produk dan review produk mereka agar dapat meningkatkan penjualan dan juga rating produk kosmetik temulawak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan ulasan (review) produk berpengaruh positif terhadap keputusan membeli produk Temulawak. Hasil menunjukkan bahwa dengan kualitas atau mutu baik yang ada dalam produk mampu meyakinkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada produk Temulawak. Selain itu, jika produk telah memiliki ulasan (review) dari seseorang yang terkenal dan profesional akan bidangnya serta menilai produk secara objektif, maka konsumen juga tidak akan ragu dalam melakukan keputusan pembelian. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi penerapan strategi kualitas dan ulasan produk yang menunjukkan hasil cukup efektif dalam meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen. Hasil penelitian ini memberikan implikasi manajerial bagi perusahaan kosmetik untuk menggunakan kualitas atau mutu produk yang baik dan meningkatkan ulasan secara objektif dan profesional dari produknya sehingga diharapkan mampu meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk. Selain itu, hasil penelitian juga dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya dalam mengembangkan model dan variabel-variabel lainnya yang diduga dapat mempengaruhi keputusan membeli produk kecantikan dan kosmetik oleh konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Addiarrahman, Erwin Saputra Siregar, Fitri Adriyani. (2023). *Pengaruh Label halal , Citra Merek Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Produk Kosmetik Temulawak Yang Tidak Terdaftar BPOM*, Vol. 1, No. 1
- Dara Masela, Merita Yanita. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup Remaja Terhadap Penggunaan Cream Kosmetik Temulawak Di Nagari Pitalah Kecamatan Batiputih*. Vol. 3, No. 2
- Sinta Velia Sandra. (2022). *Persepsi Masyarakat Dan Minat Beli Terhadap Kosmetik Temulawak Yang Tidak Terdaftar BPOM Di Tinjau Dari Keputusan Konsumen*, Vol. 15, No. 2