

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang Masalah

Saat ini semua orang menginginkan rambut yang indah, wajah yang mulus, kulit tubuh yang putih dan badan ideal sekalipun. Oleh karena itu salah satu caranya menggunakan kosmetik. Kosmetik banyak digunakan oleh semua orang baik pria maupun wanita. Kosmetik merupakan produk untuk menambah kecantikan tetapi juga bisa dijadikan perawatan tubuh.

Seiring berkembangnya zaman produk-produk kosmetik yang dikeluarkan semakin banyak, ada yang terbuat dari bahan kimia dan ada yang terbuat dari bahan organik. Produk organik atau biasa disebut sebagai *green product* (produk hijau) artinya produk yang diproses dengan cara meminimalkan produk ramah lingkungan dan mengurangi penggunaan sumber daya alam selama proses produksi berlangsung (Santoso & Fitriani, 2016). Oleh karena itu, kosmetik dengan bahan dasar organik akan lebih aman digunakan bagi tubuh dan meminimalisir pencemaran lingkungan

Dengan menggunakan *green product* maka *health value* (nilai kesehatan) dapat mengurangi proses penuaan pada kulit, sehingga menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut (Ghazali et al., 2017). Sedangkan pengertian *safety value* (nilai keamanan) menurut (Ghazali et al. 2017) yaitu nilai yang dirasakan oleh konsumen itu sendiri bahwa produk tidak berbahaya dari bahan residu kimia. Nilai kesehatan dan keamanan ini bisa dilihat dari produk yang pada kemasannya terdapat

sertifikat BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan bersertifikat halal pada suatu produk kosmetik.

Disamping memenuhi nilai kesehatan dan keamanan, kosmetik dengan bahan dasar *green product* juga memenuhi *environmental value* (nilai lingkungan). Menurut (Ghazali et al. 2017) nilai lingkungan yaitu nilai yang berpotensi dampak negatif bahan kimia di lingkungan, baik sistem penggunaan limbah setelah digunakan ataupun dilepaskan ke lingkungan dari lokasi produksi. Oleh karena itu kosmetik yang terbuat dari *green product* yang notabene terbuat dari bahan alami tidak akan merusak lingkungan.

Produk kosmetik yang memenuhi berbagai nilai – nilai diatas salah satunya adalah *The Body Shop*. *The Body Shop* ini termasuk produk ramah lingkungan dan prosesnyapun dilakukan dengan tidak membahayakan lingkungan. Salah satu keunggulan lain dari produk ini adalah memiliki konsep setiap pembeliannya jika sudah habis, botolnya boleh dikembalikan ke toko *The Body Shop* agar didaur ulang dan produk ini melawan uji coba pada binatang (*Againt Animal Testing*).

Selain *The Body Shop* yang termasuk produk kosmetik berbahan organik yaitu sariayu solusi organik, *sensatia botanicals*, *the bath box*, *garnier*, *l'occitane*, dll. Maka dari itu banyaknya persaingan tentang adanya kosmetik organik yang lainnya perlu meneliti tentang *intention to purchase organic product* (niat membeli produk organik). Pengertian niat membeli menurut Eles & Sihombing, (2016) yaitu orang yang penting bagi konsumen atau orang

disekitar konsumen dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu produk

Dengan berbagai nilai yang terdapat pada produk *The Body Shop* ini, peneliti tertarik untuk mengetahui apakah dengan adanya kelebihan nilai kesehatan, keamanan, serta nilai lingkungan akan berpengaruh kepada konsumen untuk berencana ingin membeli produk kosmetik tersebut. Oleh karena itu penelitian ini mengambil judul ***“Pengaruh Health Value, Safety Value, Dan Environmental Value Terhadap Intention To Purchase Organic Product (Studi Empiris Pada Kosmetik The Body Shop)”***.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini akan memfokuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *health value* terhadap *intention to purchase organic product*?
2. Apakah ada pengaruh *safety value* terhadap *intention to purchase organic product*?
3. Apakah ada pengaruh *environmental value* terhadap *intention to purchase organic product*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh *health value* terhadap *intention to purchase organic product*.

2. Menganalisis pengaruh *safety value* terhadap *intention to purchase organic product*.
3. Menganalisis pengaruh *environmental value* terhadap *intention to purchase organic product*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan tersebut, maka manfaat penelitiannya adalah :

##### 1. Manfaat Teoritis :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah, memperdalam, mengembangkan, pengetahuan penulis sebagai proses menganalisis masalah secara ilmiah.

##### 2. Manfaat Praktis :

###### a. Bagi konsumen :

Diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam memilih produk kosmetik.

###### b. Bagi produsen :

Diharapkan menjadi tambahan informasi, sehingga dapat membuat produk yang mampu menarik minat beli dari konsumen.

#### **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

##### BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Sistematika Penulisan Skripsi

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- A. Tinjauan Teori
- B. Penelitian Terdahulu
- C. Hipotesis
- D. Kerangka Pemikiran

## BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Penelitian
- B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel
- C. Data dan Sumber Data
- D. Metode Pengumpulan Data
- E. Desain Pengambilan Sampel
- F. Metode Analisis Data

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Data Penelitian
- B. Deskripsi Jawaban Responden
- C. Analisis Data
- D. Pembahasan

## BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Keterbatasan Penelitian
- C. Saran

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN