

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Produk kecantikan termasuk salah satu sektor dengan laju pertumbuhan paling pesat di Indonesia, terutama pada bidang perawatan diri serta kosmetik. Pendorong utama dari perkembangan ini adalah pergeseran demografi generasi, di mana konsumen muda semakin mendominasi pasar kosmetik. Fenomena tersebut semakin diperkuat oleh peran media sosial dan platform e-commerce, yang secara signifikan memengaruhi pola perilaku pembelian produk kecantikan.

Memenuhi kebutuhan konsumen menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan. Kepuasan konsumen memainkan peran krusial dalam menjaga kelangsungan usaha, sebab peningkatan ekspektasi konsumen cenderung mendorong tingkat persaingan yang lebih ketat serta keunggulan kompetitif. Konsumen yang merasa puas dengan layanan atau produk tertentu biasanya akan melakukan transaksi berulang, yang pada akhirnya berpengaruh melakukan transaksi berulang, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap volume penjualan perusahaan (Methiana, 2019).

Salah satu perusahaan yang memasarkan produk kosmetik, khususnya lipstik, adalah Maybelline. Maybelline menawarkan beragam koleksi lipstik unggulan dengan variasi warna yang trendy, mulai dari pigmen pekat hingga nuansa nude yang alami. Produk-produk tersebut juga diformulasikan dengan nutrisi esensial untuk menjaga kelembapan dan kesehatan bibir, sekaligus mempertahankan penampilan yang menawan. Dalam konteks pemasaran, produk menjadi elemen sentral bagi perusahaan, karena tidak hanya dimanfaatkan oleh konsumen, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen strategis untuk mencapai sasaran bisnis secara keseluruhan (Indriani, 2019). Oleh karena itu, perusahaan wajib menjamin bahwa produk yang dipasarkan memiliki kualitas prima.

**Tabel 1.1 Pangsa Pasar Penjualan Lipstik Maybelline Tahun 2022-2024**

| <b>No</b> | <b>Tahun</b> | <b>Penjualan</b> |
|-----------|--------------|------------------|
| <b>1</b>  | 2021         | 11,60 %          |
| <b>2</b>  | 2022         | 15,80 %          |
| <b>3</b>  | 2023         | 19,30 %          |
| <b>4</b>  | 2024         | 19,30 %          |

**Sumber: Shopee Maybelline**

Tabel 1.1 menunjukkan persentase penjualan lipstik Maybelline dari tahun 2021 hingga 2024 berdasarkan data dari Top Brand Index Kategori. Pada tahun 2021, penjualan lipstik Maybelline mencapai 11,60%, mencerminkan posisi awal merek dalam kategori ini. Peningkatan signifikan terjadi pada tahun 2022, di mana penjualan meningkat menjadi 15,80%. Hal ini mungkin disebabkan oleh peluncuran produk baru, kampanye pemasaran yang lebih agresif, dan meningkatnya kesadaran konsumen tentang kualitas produk Maybelline.

### TABEL PRA SURVEY

**Tabel 1.2 Pra Survey Keputusan Pembelian Lipstik Maybelline di Shopee**

| Variabel                | Pertanyaan                                                                                        | Jawaban |       |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|
|                         |                                                                                                   | Ya      | Tidak |
| Keputusan Pembelian (Y) | 1. Apakah Anda membeli lipstik Maybelline di Shopee karena merasa membutuhkannya?                 | 53,3%   | 46,7% |
|                         | 2. Sebelum membeli lipstik Maybelline di Shopee, mencari informasi dahulu sebelum membeli produk? | 36,7%   | 63,3% |
|                         | 3. Apakah Anda pernah membeli kembali lipstik Maybelline di Shopee setelah pembelian pertama?     | 33,3%   | 66,7% |

Tabel 1.2 menunjukkan hasil pra-survei terkait keputusan pembelian lipstik Maybelline di Shopee yang dilakukan pada mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 FE Unimed. Mengenai keputusan pembelian lipstik Maybelline di Shopee menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu 53,3%, membeli produk karena merasa membutuhkannya, sementara sebagian kecil lainnya membeli tanpa kebutuhan mendesak.

Sebelum melakukan pembelian, sebanyak 36,7% responden mencari informasi terlebih dahulu, menunjukkan bahwa keputusan mereka didasarkan pada pertimbangan yang matang. Selain itu, 33,3% responden mengaku pernah melakukan pembelian ulang, yang mengindikasikan tingkat kepuasan dan loyalitas yang cukup tinggi terhadap produk. Secara keseluruhan, hasil ini menggambarkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kebutuhan, pencarian informasi, serta pengalaman sebelumnya dengan produk.

**Tabel 1.3 Pra Survey Kualitas Produk Lipstik Maybelline di Shopee**

| Variabel             | Pertanyaan                                                                                                                                                           | Jawaban |       |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|
|                      |                                                                                                                                                                      | Ya      | Tidak |
| Kualitas Produk (X1) | 1.Apakah Anda merasa lipstik Maybelline memiliki kualitas yang baik dalam hal daya tahan warna di bibir?                                                             | 46,7%   | 53,3% |
|                      | 2.Apakah Anda merasa lipstik Maybelline memiliki fitur tambahan yang membedakannya dari merek lain (misalnya, formula tahan lama, pelembap, atau kandungan vitamin)? | 36,7%   | 63,3% |
|                      | 3.Apakah lipstik Maybelline selalu memberikan hasil yang konsisten setiap kali digunakan?                                                                            | 36,7%   | 63,3% |
|                      | 4.Apakah warna dan tekstur lipstik Maybelline sesuai dengan ekspektasi Anda?                                                                                         | 40%     | 60%   |
|                      | 5.Apakah lipstik Maybelline tetap bertahan lama meskipun setelah makan atau minum?                                                                                   | 33,3%   | 66,7% |
|                      | 6.Apakah menurut Anda kemasan dan desain lipstik Maybelline menarik secara visual?                                                                                   | 46,7%   | 53,3% |

Tabel 1.3 menunjukkan hasil pra-survei mengenai kualitas produk lipstik Maybelline di Shopee menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu 46,7%, menilai bahwa lipstik ini memiliki kualitas produk baik di dalam ketahanan warna bibir. Jumlah yang sama juga menganggap bahwa Maybelline memiliki fitur tambahan yang membedakannya dari merek lain, seperti formula tahan lama, pelembap, atau kandungan vitamin. Namun, terkait konsistensi hasil setiap kali digunakan, pendapat responden terbagi rata, dengan 36,7% menyatakan bahwa hasilnya selalu konsisten dan 50% lainnya merasa sebaliknya.

**Tabel 1.4 Pra Survey Harga Lipstik Maybelline di Shopee**

| Variabel   | Pertanyaan                                                                                                 | Jawaban |       |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|
|            |                                                                                                            | Ya      | Tidak |
| Harga (X2) | 1. Apakah menurut Anda harga lipstik Maybelline di Shopee terjangkau bagi mahasiswa?                       | 23,3%   | 76,7% |
|            | 2. Apakah menurut Anda harga lipstik Maybelline sebanding dengan kualitas yang ditawarkan?                 | 36,7%   | 63,3% |
|            | 3. Apakah Anda mempertimbangkan harga lipstik Maybelline dibandingkan merek lain sebelum membeli?          | 60%     | 40%   |
|            | 4. Apakah Anda merasa bahwa manfaat yang diberikan lipstik Maybelline sesuai dengan harga yang dibayarkan? | 33,3%   | 66,7% |

Tabel 1.4 menunjukkan hasil pra-survei mengenai harga lipstik Maybelline di Shopee menunjukkan bahwa pendapat responden terbagi rata mengenai keterjangkauan harga bagi mahasiswa, dengan 50% menganggapnya terjangkau dan 50% lainnya merasa sebaliknya. Namun, mayoritas responden, yaitu 70%, menilai bahwa harga lipstik Maybelline sebanding dengan kualitas yang ditawarkan, sedangkan 30% lainnya merasa bahwa kualitasnya belum sesuai dengan harga yang dibayarkan.

Dalam hal perbandingan harga dengan merek lain sebelum melakukan pembelian, sebanyak 63,3% responden mempertimbangkan aspek harga sebelum memilih Maybelline. Selain itu, sebanyak 33,3% responden menyatakan bahwa lipstik Maybelline sepadan dengan harga yang dibayarkan, sementara 66,7% responden yang lain menganggap bahwa manfaat tersebut tidak proporsional dengan biaya yang dikeluarkan. Secara umum, walaupun terdapat perbedaan pandangan terkait keterjangkauan harga bagi mahasiswa, sebagian besar responden masih menilai bahwa harga lipstik Maybelline relatif seimbang dengan kualitas serta manfaat yang ditawarkannya. Selain itu, perbandingan harga dengan produk merek lain turut menjadi hal yang harus difikirkan konsumen sebelum melakukan pembelian.

Tabel 1.5 Pra Survey *Online Customer Review* Lipstik Maybelline di Shopee

| Variabel                    | Pertanyaan                                                                                                                  | Jawaban |       |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|
|                             |                                                                                                                             | Ya      | Tidak |
| Online Customer Review (X2) | 1. Apakah Anda tertarik membeli lipstik Maybelline di Shopee setelah membaca ulasan pelanggan?                              | 43,3%   | 56,7% |
|                             | 2. Apakah Anda lebih percaya terhadap suatu produk jika ulasan pelanggan di Shopee mayoritas positif?                       | 43,3%   | 56,7% |
|                             | 3. Apakah Anda merasa bahwa ulasan dari pengguna dengan pengalaman menggunakan lipstik lebih meyakinkan?                    | 43,3%   | 56,7% |
|                             | 4. Apakah Anda pernah mengetahui lipstik Maybelline melalui ulasan pelanggan di Shopee sebelum membelinya?                  | 26,7%   | 73,3% |
|                             | 5. Apakah Anda sering membaca ulasan pelanggan sebelum memutuskan membeli lipstik Maybelline di Shopee?                     | 43,3%   | 56,7% |
|                             | 6. Apakah ulasan pelanggan di Shopee pernah memengaruhi keputusan Anda untuk membeli atau tidak membeli lipstik Maybelline? | 40%     | 60%   |

Tabel 1.5 menunjukkan hasil pra-survei mengenai pengaruh ulasan pelanggan atau *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline di Shopee menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu 43,3%, tertarik membeli produk setelah membaca ulasan pelanggan, sedangkan 56,7% lainnya tidak terlalu terpengaruh oleh ulasan

tersebut. Kepercayaan terhadap produk juga dipengaruhi oleh ulasan yang mayoritas, dengan 43,3% responden lebih percaya terhadap produk yang memiliki ulasan positif, sementara 56,7% lainnya tidak terlalu bergantung pada hal tersebut dalam menilai suatu produk.



audya.ca

★★★★☆ | [Langganan](#)

Variasi: 315 EXTRAORDINARY

Kecewa! Kayak bukan lipstik baru! Segel udh kebuka. Terus atasnya kayak kotor! Padahal beli harga mahal. Tolong dong di cek lagi!!!!



j\*\*\*\*y

★★★★☆

Variasi: 225 Delicate

Katanya waterproof, kagak tuh. Jelek. Org review blg keren, pdhl ngecap. Gw d kasih produk yg jeleknya kali gara2 beli pas live. Apes. Ogah beli lagi. Cukup sekian dan trmksh.

Performa: biasa aja

[Lihat Lainnya](#)



riri2428\_

★★★★☆ | [Langganan](#)

Isinya dikit banget parah cuma dikit doang yg nempel di kuasnya, lengket, baunya masa wangi parahsi mengecewakan ini haduh

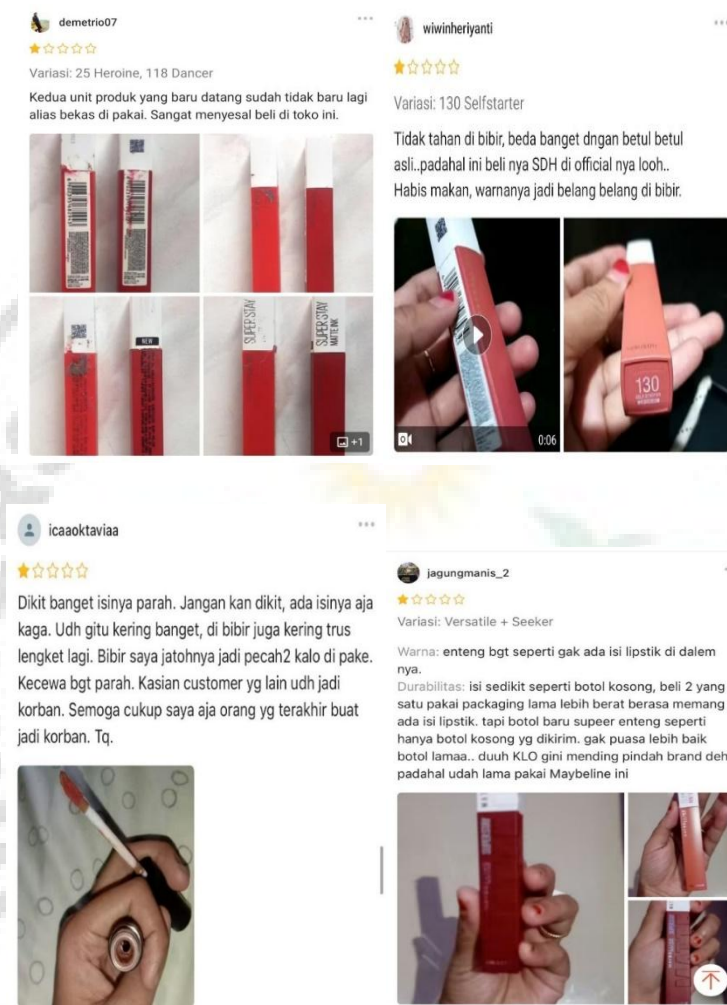


c\*\*\*\*\*h

★★★★☆

Sangat sangat kecewa!!! Sangat diluar ekspektasi saya...!! Ini tuh d bibir bener2 pucaaat.. bagus ga pke lipstick! Sebenarnya nude memang bener nude tapi trlalu pucatt d kulit sayaaa!! Diombre pun trlalu coklat😭 gabakalan bsa dipake😭😭





**Gambar 1.3 Ulasan Kualitas Produk Lipstik Maybelline**

***Sumber: Official Store Shopee Maybelline (2025)***

Berdasarkan gambar 1.3 dapat dilihat bahwa melalui ulasan tersebut konsumen mengeluhkan kualitas produk lipstik Maybelline yang dinilai berbeda dengan warna ataupun hasil dari lipstick tersebut yang menunjukkan lipstick tersebut tidak *waterproof* (tahan air), produk yang sudah tidak bersegel lagi seperti sudah dipakai. Kualitas produk lipstick Maybelline ini menyebabkan konsumen merasa kecewa terhadap produk tersebut.



graceyessica



Variasi: 365 BARU ENTHUSIAST

Ini pertama x saya kasih bintang 1 ke penjual, kemarin tgl 5 katanya anniversary maybeline beli lipmate bisa dpt foundy atau eyeliner tp utk foundy hny shade 220 aja mana buktiny!klw ga bisa ksh promo ga usah di buat

Ketahanan: semoga ori dan tahan lama

Lihat Lainnya



e\*\*\*\*7



Variasi: 130 Selfstarter

Maaf ku kasih bintang 1 karna pas di live di 66 free pembelian minimal 160rb free Eyebrow dan lipstick dari Maybelline ini pembelian ku lebih dri 160rbu cuma dpet Garnier  
Pas di live ditanya freenya lipstick dan Eyebrow otomatis akan dikirim ternyata tdk sungguh mengecewakan

Warna: sesuai order

Ketahanan: mate

Tekstur: ringan



cahayanahdan



Variasi: 315 EXTRAORDINARY

Pelayanan nya memang sih ramah ...namun seperti nya permasalahan nya GK selesai" dari tanggal 1 sampai tnggal 4 ..2 produk yg di bli namun hanya 1 produk yg d krim..1 produk dengan harga 82.232 dan produk 163.560..namun hanya produk 82.232 yg d krim ..sedangkan dana yg kita kasih k kurir 245.792..d situ KTA d suruh pengembalian dana namun hanya 79.154..dan saya komplek d suruh LG minta pengembalian dana di produk satu nya 2x namun d tolak sama pihak toko...ini jadi pembelajaran ..yg co sebaik nya barang langsung d periksa ya..biar aja kurir lama nunggu d bandingkan uang lenyap..dari uang 163.560 hanya kmbali 79.154..

Tekstur: bagus

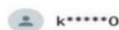
Warna: bagus

Durabilitas: tahan lama

## ← Penilaian & Ulasan

Penilaian Produk

Penilaian Toko



k\*\*\*\*0



Variasi: 1199 - MORE ALMOND

Saran teman" jangan belanja kosmetik di toko ini. Karena seller tidak cepat respon dalam melayani customer. Dan toko ini tidak konsisten, tidak bertanggung jawab terhadap konsumen. Kemarin saya memesan produk Maybelline di toko ini (lipstik).tidak sesuai dengan deskripsi. Saya sudah mengajukan pengembalian barang/dana, lalu telah disetujui oleh toko ini. Dan sudah diberikan no.resi untuk pengembalian barang. Tetapi pada saat barang tersebut sudah saya kembalikan dan sampai di toko ini. Tetapi ditolak karena d blg tidak sesuai.  
Pada intinya kalau emang tidak bisa dikembalikan, dari awal saja. Jangan pas konsumen sudah mengembalikan terus sudah disetujui, tapi tiba" ditolak begini. Harga mahal dan produk kurang bagus. rugii saya beli disini. Tolong teman" berhati-hati untuk membeli produk kosmetik di toko ini.

Manfaat: jelek

Pengalaman Penggunaan: sangat buruk

Efek: .



Beli Dengan Voucher  
Rp93.925



**Gambar 1.4 Ulasan Harga Produk Lipstik Maybelline**

***Sumber: Official Store Shopee Maybelline (2025)***

Berdasarkan gambar 1.4 dapat dilihat bahwa melalui ulasan-ulasan tersebut para konsumen merasa kecewa dengan harga yang di tawarkan oleh prouk lipstik Maybelline dikarenakan Toko Maybelline mengatakan bahwasanya pembelian minimal 160.000 akan mendapat Eyebrow secara gratis dari pembelian lipstik Maybelline namun ternyata hal tersebut tidak sesuai dengan kenyataan nya , karena Maybelline sendiri memberikan hadiah garnier yang tidak sesuai dengan ucapan admin live shopee Maybelline sendiri. Hal ini membuat konsumen merasa ditipu dan kecewa karna harga yang ditentukan tidak sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan.

Meskipun data menunjukkan bahwa penjualan dan pangsa pasar produk Maybelline mengalami peningkatan. Namun adanya ulasan negatif dari pelanggan, hal ini dikhawatirkan akan berdampak negatife kepada keputusan pembelian di masa yang akan datang. Beberapa konsumen memberikan penilaian rendah karena merasa hasil produk tidak sesuai dengan deskripsi, warna tidak sesuai harapan, atau kualitas kemasan yang kurang baik. Ulasan negatif seperti ini dapat menurunkan tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya berpotensi memengaruhi keputusan pembelian di masa mendatang.

Oleh karena itu, perusahaan perlu menindaklanjuti setiap keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat, baik melalui peningkatan mutu produk, penyesuaian deskripsi yang lebih akurat, maupun peningkatan pelayanan terhadap konsumen. Tindakan perbaikan yang berkelanjutan akan membantu memperkuat citra merek, menjaga loyalitas pelanggan, dan memastikan peningkatan penjualan yang lebih stabil dan berkesinambungan di masa depan.

**Tabel 1.6 Presentase Bintang 1**

| No | Nama Produk                | Bintang 1 (%) |
|----|----------------------------|---------------|
| 1  | Supperstay Matte Ink       | 0,23 %        |
| 2  | Supperstay Vinyl Ink       | 0,26 %        |
| 3  | Superstay Teddy Tint       | 0,42 %        |
| 4  | Color Sensational Ultimate | 0,36 %        |
| 5  | Sensational Liquid Matte   | 0,24 %        |
| 6  | Sensational Cushion Matte  | 0,39%         |

**Sumber: Official Store Maybelline**

Dari tabel 1.6 di atas menjelaskan terdapat ulasan negatif pada enam produk lipstik Maybelline di Shopee, ditandai dengan adanya penilaian bintang 1. Persentase tertinggi terdapat pada Superstay Teddy Tint (0,42%), diikuti Sensational Cushion Matte (0,39%), yang menandakan beberapa konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas atau kesesuaian produk dengan ekspektasi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun penjualan meningkat, masih ada kelemahan dalam produk atau layanan yang perlu diperbaiki karena ulasan negatif tersebut dapat menurunkan kepercayaan calon pembeli dan berpotensi menghambat peningkatan penjualan di masa mendatang.

Kualitas produk yakni, salah satu cara utama posisi pemasaran utama setiap perusahaan akan berusaha guna menawarkan produk yang memenuhi keperluan dan keinginan pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Indriyani Rahayu, 2017). Para konsumen akan melakukan pertimbangan sebelum membeli produk dan mempertimbangkan harga pada produk. Diketahui bahwa Lipstik Maybelline termasuk ke dalam kategori produk eksklusif, sehingga faktor harga sering kali menjadi pertimbangan utama sebelum membeli.

Selain harga, ulasan pelanggan secara daring juga mempunyai peranan yang cukup penting pada saat akan melakukan suatu pembelian produk. *Online Customer Review* merupakan bentuk EWOM (*electronic word of mouth*), yaitu konten yang dibuat langsung oleh pengguna (user-generated content) berupa komentar, penilaian, dan pengalaman pribadi setelah menggunakan suatu produk. Melalui review tersebut, calon konsumen dapat menilai baik atau buruknya suatu produk sebelum memutuskan untuk membeli (G.K Lackerman et al, 2013)

Menurut (Elwalda et al, 2020) *Online Customer Review* memberikan kebebasan bagi konsumen untuk menyampaikan pendapat, pengalaman, serta opini mereka terhadap produk

atau layanan secara terbuka di platform daring. Ulasan ini memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian (*purchase decision*) calon konsumen, karena dianggap lebih autentik dan objektif dibandingkan dengan iklan. Hasil penelitian (Sanjaya, 2020) calon konsumen sering mengandalkan ulasan daring sebagai faktor pertimbangan utama saat memutuskan untuk membeli suatu produk. Kurangnya informasi mengenai produk mendorong konsumen untuk mencari referensi tambahan melalui ulasan pengguna lain sebelum melakukan keputusan pembelian.

Pada tahun 1993, L'Oréal melakukan akuisisi terhadap seluruh aktivitas operasional perusahaan terkait, yang berlangsung hingga tahun 2000 ketika PT L'Oréal Indonesia secara resmi dibentuk sebagai entitas yang sepenuhnya terintegrasi. PT L'Oréal Indonesia bertanggung jawab atas distribusi dan promosi produk dari L'Oréal Group, sedangkan manufaktur produk kecantikan kulit dan rambut ditangani oleh PT Yosulor Indonesia guna memasok kebutuhan pasar domestik maupun kawasan Asia Tenggara. Kelompok L'Oréal mengelola 15 merek mewah di segmen produk berkualitas tinggi, termasuk L'Oréal Paris, Maybelline New-York, Garnier, L'Oréal Professionnel, Kérastase Paris, Matrix, Lancôme, Biotherm, Shu Uemura, Yves Saint Laurent, Kiehl's, wewangian Ralph Lauren, Giorgio Armani, Diesel, serta The Body Shop, yang didistribusikan lewat PT Monica Hijau Lestari ([www.loreal.co.id](http://www.loreal.co.id)).

Maka dari itu, faktor-faktor seperti kualitas produk yang berkualitas tinggi, harga yang kompetitif, serta testimoni pelanggan positif dan mudah diakses melalui platform daring dapat diringkas berfungsi selaku penggerak pokok pada tahapan penentuan keputusan pembelian dari pelanggan. Dengan mempertimbangkan konteks latar belakang ini, peneliti merasa terpanggil untuk menyelenggarakan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Maybelline di Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 FE Unimed”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Menurut uraian dasar yang telah dijelaskan sebelumnya, maka bisa ditentukan perumusan persoalan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk lipstik Maybelline tidak memuaskan, tekstur tidak tahan air (*waterproof*) serta tidak tahan lama
2. Harga produk lipstik Maybelline belum dapat bersaing dengan pesaingnya

3. Dalam *Online Customer Review* konsumen sangat mempertimbangkan ulasan pelanggan di shopee, sehingga review negatif dapat menurunkan minat beli produk lipstik Maybelline
4. Warna yang cepat pudar dan tekstur yang mudah luntur pada lipstik Maybelline tidak sesuai dengan harapan konsumen, sehingga memengaruhi keputusan pembelian.

### 1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada permasalahan berikut:

1. Penelitian ini difokuskan untuk menelaah pengaruh kualitas produk, harga, dan ulasan pelanggan daring terhadap keputusan pembelian produk lipstik merek Maybelline.
2. Penelitian ini dilaksanakan pada responden yang merupakan pengguna lipstik Maybelline, yaitu mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan (Unimed).

### 1.4 Rumusan Masalah

Menurut penjelasan pada bagian pendahuluan, peneliti menyusun sejumlah persoalan yang akan dijadikan pusat kajian penelitian. Perumusan persoalan tersebut meliputi:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk lipstik Maybelline pada mahasiswa Manajemen FE Unimed?
2. Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk lipstik Maybelline pada mahasiswa Manajemen FE Unimed?
3. Apakah variabel *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk lipstik Maybelline pada mahasiswa Manajemen FE Unimed?
4. Apakah kualitas produk, harga dan *online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk lipstik Maybelline pada mahasiswa Manajemen FE Unimed?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Menurut perumusan persoalan yang telah ditetapkan, maka sasaran kajian ini berusaha untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline pada mahasiswa Manajemen FE Unimed
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline pada mahasiswa Manajemen FE Unimed

3. Untuk mengetahui pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline pada mahasiswa Manajemen FE Unimed
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline pada mahasiswa Manajemen FE Unimed

### 1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah:

a. Manfaat bagi Penulis

Penelitian ini membantu penulis memahami pengaruh kualitas produk, harga dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian lipstik Maybelline pada mahasiswa Manajemen FE Unimed. Selain itu, penelitian ini meningkatkan kemampuan analisis data, keterampilan penelitian, serta memberikan wawasan tentang strategi pemasaran di *e-commerce*.

b. Manfaat bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan pemahaman mendalam bagi perusahaan kosmetik Maybelline terkait pandangan konsumen terhadap berbagai produk yang dipasarkannya, serta elemen-elemen utama yang memengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian produk tersebut.

c. Manfaat bagi Unimed

Penelitian ini diharapkan mampu menambah kekayaan referensi ilmiah, terutama dalam hal dampak kualitas produk, harga, serta ulasan konsumen secara online terhadap proses pengambilan keputusan pembelian lipstik Maybelline melalui platform Shopee, yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2021 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

d. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Temuan dari kajian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa pengetahuan tambahan yang bermanfaat bagi ranah pendidikan, khususnya pada area pemasaran. Di samping itu, penelitian ini juga bisa dijadikan acuan atau rujukan bagi studi-studi selanjutnya.