

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE JENIS ESSENCE**

(Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Proses Pengambilan Keputusan
dalam Membeli Produk *Perfect Hydrating Treatment Essence*
Avoskin di Kalangan Member Female Daily App)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

EYLEEN YERADA LUMBAN GAOL

16 09 06008/ Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Jenis *Essence*
(Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Proses Pengambilan Keputusan dalam Membeli Produk
Perfect Hydrating Treatment Essence Avoskin di Kalangan Member Female Daily App)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh:

EYLEEN YERADA LUMBAN GAOL
No Mhs. 160906008/Kom

disetujui oleh:



Rebekka Rismayanti, M.A
Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Jenis *Essence* (Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Proses Pengambilan Keputusan dalam Membeli Produk *Perfect Hydrating Treatment Essence* Avoskin di Kalangan Member Female Daily App)

Penyusun : Eyleen Yerada Lumban Gaol

NPM : 160906008

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 22 Juni 2021

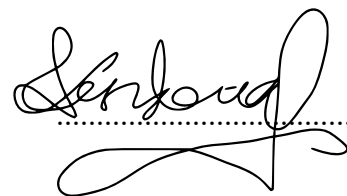
Pukul : 13.00

Tempat : Aplikasi Zoom Meeting

TIM PENGUJI

Desideria CW Murti, Ph.D

Penguji Utama



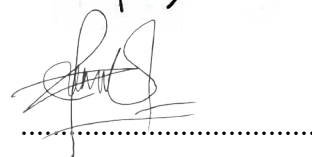
Rebekka Rismayanti, M. A

Penguji I



Immanuel Dwi Asmoro, M. I. Kom

Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eyleen Yerada Lumban Gaol

NPM : 16 09 06008

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Jenis *Essence* (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Dalam Membeli Produk *Perfect Hydrating Treatment Essence* Avoskin di Kalangan Member *Female Daily App*)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 3 Juni 2021

Saya yang menyatakan,



Eyleen Yerada Lumban Gaol

EYLEEN YERADA LUMBAN GAOL

160906008/KOM

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE JENIS ESSENCE**

(Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Proses Pengambilan Keputusan dalam Membeli Produk *Perfect Hydrating Treatment Essence* Avoskin di Kalangan Member Female Daily App)

ABSTRAK

Di tengah ketatnya persaingan industri *skincare* di Indonesia dan pada waktu di mana peminat *essence* masih tergolong rendah, merek *skincare* lokal bernama Avoskin justru sukses menaikkan namanya dengan penjualan produk jenis *essence* bernama PHTE (*Perfect Hydrating Treatment Essence*). Ulasan positif di berbagai media menjadi hal yang turut mendorong penjualan, salah satunya secara khusus terdapat pada *platform* ulasan Female Daily App, di mana PHTE Avoskin telah mendapatkan *awards* sebagai *best essence* dalam tiga tahun berturut turut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana dan seberapa besar peran media untuk mendorong keputusan pembelian pada kalangan *skincare enthusiast* melalui analisis proses pengambilan keputusan pembelian produk *skincare* jenis *essence* dari merek Avoskin bernama PHTE oleh kalangan member aktif Female Daily App.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode wawancara dan pengumpulan dokumen sebagai cara pengambilan data. Total sebanyak empat orang narasumber diwawancarai sebagai representasi dari kalangan member aktif Female Daily App yang pernah melakukan pembelian produk PHTE Avoskin. Wawancara dilakukan sebanyak tiga kali agar mendapatkan kelengkapan data serta menggunakan Whatsapp Call karena adanya keterbatasan jarak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian produk *skincare* jenis *essence* oleh member Female Daily App diawali dengan masalah internal, yaitu kulit wajah yang kering dan kusam, didukung oleh masalah eksternal berupa paparan informasi media. Pencarian informasi terdiri dari media *online* (Google, Instagram, Youtube, FD Talk); pribadi (keluarga, teman kantor) dan iklan di TV. Kriteria yang ditetapkan dalam evaluasi alternatif adalah jumlah *sensitive ingredients* yang dimiliki produk, *rating* produk dan kesan member lain dengan tipe kulit yang sama terhadap produk. Keputusan Pembelian jatuh kepada PHTE Avoskin karena *rating* lebih tinggi, kesan positif dari member lain dan dukungan harga diskon. Pada evaluasi pasca pembelian, kemasan PHTE Avoskin terkesan mewah dan kokoh, memiliki bau yang segar serta konsentrasi cair

menuju kental. Efek yang dirasakan oleh narasumber adalah melembabkan, sedangkan untuk mencerahkan membutuhkan waktu penggunaan yang lebih lama.

Kata Kunci: Proses Pengambilan Keputusan, Peran Media, Produk *Skincare*



HALAMAN PERSEMBAHAN

Penelitian ini aku persembahkan bagi kemuliaan Tuhan Yesus Kristus

**Keluarga ku, mama, papa, dan Eylisha yang selalu memberikan
topangan doa dalam setiap langkahku**

**Serta orang-orang dekat di sekelilingku yang menjadi inspirasi untuk
tidak pernah menyerah dalam sebuah proses, semoga Tuhan
melimpahkan kemurahannya bagi kalian semua**



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dari awal hingga akhir dengan judul “Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Jenis *Essence* (Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Proses Pengambilan Keputusan dalam Membeli Produk *Perfect Hydrating Treatment Essence* Avoskin di Kalangan Member Female Daily App). Penulisan skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai arahan, bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dari itu, penulis dengan senang hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

- a. Ibu Rebekka Rismayanti, M.A. selaku dosen pembimbing yang telah membantu, mengarahkan, membimbing, dan meluangkan waktu bagi peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- b. Papa, Mama, dan Eylisha yang selalu memberikan doa dan *support* agar tetap semangat mengerjakan skripsi hingga pada akhirnya dapat terselesaikan dengan baik.
- c. Adriaan Noel Paais, kesayangan yang senantiasa meluangkan waktu untuk menemani serta membantu memberikan saran terkait proses pengerjaan skripsi
- d. Deflian Alantarian, Larastanie, Baity Jannati Rahmania, dan Yulianisa Sulistyoningrum selaku member aktif Female Daily App yang sudah bersedia menjadi narasumber, rela meluangkan waktu berkali-kali untuk dimintai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
- e. Intan, Abigail, Gloria, Radit, Rikma, Rayu, Irabella, Defri, dan Gisela yang sudah membantu, mendukung, menyemangati, dan mendoakan sehingga skripsi ini akhirnya dapat peneliti selesaikan.

- f. Hiccup, kucing kesayangan yang menghibur dikala kesulitan dalam mengerjakan skripsi.
- g. Seluruh dosen dan staf administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dan karyawan perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang sudah membantu secara tidak langsung pada kelancaran penulisan skripsi.
- h. Serta semua pihak yang sudah membantu penulis dalam proses penelitian ini, baik secara moril maupun materil, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	11
C. TUJUAN PENELITIAN.....	11
D. MANFAAT PENELITIAN	12
1. Manfaat Akademis	12
2. Manfaat Praktis	12
E. KERANGKA TEORI	12
1. <i>Uses and Gratification</i>	13
2. Komunikasi Pemasaran dan Perilaku Konsumen	17
3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	20
F. KERANGKA KONSEP.....	24
1. Female Daily - Beauty Review App.....	24
2. Teori <i>Uses and Gratification</i>	25
3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	26
G. METODOLOGI PENELITIAN	28
1. Jenis Penelitian.....	28

2. Metode Penelitian	29
3. Subjek dan Objek Penelitian.....	30
4. Sumber Data.....	32
5. Teknik Pengumpulan Data.....	33
6. Teknik Analisis Data.....	34
7. Validasi Data.....	36
BAB II. DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN.....	38
A. Female Daily – <i>Beauty Review App</i>	38
B. Subjek Penelitian (Member Aktif Female Daily App)	43
C. Objek Penelitian (Produk <i>Essence</i> dari merek Avoskin bernama PHTE).....	45
BAB III. PEMBAHASAN.....	53
A. Temuan Data.....	53
1. Peran Produk <i>Skincare</i> bagi Narasumber	53
2. Pentingnya Female Daily App dalam Mendukung Ketertarikan Narasumber terhadap Pembelian Produk <i>Skincare</i>	56
3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> PHTE (<i>Perfect Hydrating Treatment Essence</i>) Avoskin oleh Member Female Daily App	68
a. Pengenalan Masalah Terhadap Produk <i>Skincare</i> Jenis <i>Essence</i>	69
b. Pencarian Informasi Produk <i>Skincare</i> Jenis <i>Essence</i>	85
c. Proses Evaluasi Alternatif Beberapa Pilihan Produk <i>Essence</i>	103
d. Keputusan Pembelian Produk PHTE Avoskin	130
e. Evaluasi Pasca Pembelian Produk PHTE Avoskin.....	134
B. Analisis Hasil Temuan Data	142
1. Teori <i>Uses and Gratification</i>	142
2. Komunikasi Pemasaran dan Perilaku Konsumen	153
3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> PHTE (<i>Perfect Hydrating</i>	

<i>Treatment Essence</i>) Avoskin oleh Member Female Daily App	156
4. Pentingnya Peran Media yang Dapat Dipelajari Melalui Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> PHTE (<i>Perfect Hydrating Treatment Essence</i>) Avoskin oleh Member Female Daily App.....	191
<u>BAB IV. PENUTUP</u>	200
A. Kesimpulan	200
B. Saran Penelitian	203
DAFTAR PUSTAKA	206
LAMPIRAN 1	214
PEDOMAN WAWANCARA.....	214
LAMPIRAN 2	216
FOTO NARASUMBER, PROFIL FEMALE DAILY APP DAN BUKTI PERMOHONAN WAWANCARA	216
LAMPIRAN 3	219
TRANSKRIP WAWANCARA NARASUMBER 1	219
LAMPIRAN 4.....	228
TRANSKRIP WAWANCARA NARASUMBER 2	228
LAMPIRAN 5	237
TRANSKRIP WAWANCARA NARASUMBER 3	237
LAMPIRAN 6.....	246
TRANSKRIP WAWANCARA NARASUMBER 4	246

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	24
---	----



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kebutuhan Khalayak Terhadap Media.....	15
Tabel 2.1. Cara Mengumpulkan Poin di Female Daily App.....	41
Tabel 3.1. Tujuan dan Tipe Kebutuhan Narasumber di Female Daily App.....	147
Tabel 3.2. Proses Penyaringan Rekomendasi Produk dari <i>womantalk.com</i> oleh Narasumber 1.....	166
Tabel 3.3. Proses Penyaringan Rekomendasi Produk dari <i>ussfeed.com</i> oleh Narasumber.....	167
Tabel 3.4. Proses Penyaringan Rekomendasi Produk dari Video Youtube Suhay Salim Berjudul “Top 5 Essence” oleh Narasumber 1.....	169
Tabel 3.5. Perbandingan PHTE dan HTE Avoskin di Female Daily App oleh Narasumber 1.....	170
Tabel 3.6. Proses Penyaringan Rekomendasi Produk dari Topik “ <i>What is the best toner for oily skin?</i> ” di <i>FD Talk</i> oleh Narasumber 2.....	171
Tabel 3.7. Proses Penyaringan Rekomendasi Produk dari Video Youtube Suhay Salim Berjudul “Top 5 Essence” oleh Narasumber 1.....	172
Tabel 3.8. Perbandingan Hada Labo Gokujyun <i>Moisturizing Light Lotion</i> dan PHTE Avoskin oleh Narasumber 2.....	174
Tabel 3.9. Proses Penyaringan Rekomendasi Produk dari Video Youtube Female Daily “Rekomendasi <i>Essence Murah!</i> ” dan Dari Kakak oleh Narasumber 3.....	175
Tabel 3.10. Perbandingan Produk Avoskin PHTE dan Secret Key STE oleh Narasumber 3.....	177
Tabel 3.11. Perbandingan Produk PHTE Avoskin dan <i>Loreal Revitalift Micro Essence</i>	178

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Penjualan Kosmetik Global Berdasarkan Letak Geografis.....	2
Gambar 1.2. <i>Try and Review Campaign</i> di Female Daily App.....	8
Gambar 2.1. PHTE Kemasan <i>Original</i> 30 ml dan 100ml.....	50
Gambar 2.2. PHTE Kemasan “ <i>Born to Make History</i> ”.....	51
Gambar 2.3. PHTE Kemasan Edisi “ <i>Christmas 2020</i> ”.....	51
Gambar 2.4. PHTE Kemasan Edisi “ <i>Valentine 2021</i> ”.....	52
Gambar 3.1. Hasil Analisa “Arti Cantik” Perempuan Indonesia oleh ZAP Beauty Index 2020.....	55
Gambar 3.2. Tampilan <i>Home</i> dan <i>Bottom Toolbar</i> Female Daily App.....	57
Gambar 3.3. Tampilan <i>Bottom Toolbar Icon “Add”</i>	58
Gambar 3.4. Tampilan Fitur Forum <i>FD Talk</i> di Female Daily App.....	60
Gambar 3.5. Tampilan Cara Membuat Topik di <i>FD Talk</i>	61
Gambar 3.6. Curhatan Narasumber 1 Pada Forum Bernama <i>Business in Beauty</i> di <i>FD Talk</i>	62
Gambar 3.7. Tampilan <i>Feed</i> di Female Daily App.....	64
Gambar 3.8. Tampilan Keresehanan Member Terhadap <i>Fake Review</i>	66
Gambar 3.9. Foto Kondisi Wajah Narasumber 1 di akun Female Daily App.....	70
Gambar 3.10. Konten “ <i>Glow Up</i> ” Nanda Arsyinta di Youtube.....	71
Gambar 3.11. Analisis <i>Ingredients</i> The Body Shop <i>Tea Tree Skin Clearing Toner</i> di website Incidecoder.com.....	72
Gambar 3.12. 10 Step <i>Korean Skincare Routine</i> oleh Liah Yoo di Youtube.....	74
Gambar 3.13. Tampilan Kutipan Artikel The New York Times “ <i>What is an Essence and Why Is It More Important than Moisturizer?</i> ” yang Dibaca oleh Narasumber 2 di Google.....	75

Gambar 3.14. Youtube Female Daily Network “Bedanya Essence, Serum, dan Ampoule “.....	78
Gambar 3.15. <i>Beauty Profile</i> Narasumber 3 di Female Daily App.....	80
Gambar 3.16. <i>Beauty ID</i> Narasumber 4 di Female Daily App.....	81
Gambar 3.17. Harga SK II <i>Facial Treatment Essence</i> di e-commerce Lazada Mall.....	82
Gambar 3.18. <i>Review Secret Key Starting Treatment</i> <i>Essence</i> oleh Narasumber 4 di Female Daily App.....	83
Gambar 3.19. Artikel womantalk.com “5 Rekomendasi <i>Skin Care</i> Lokal Bagus untuk Cerahkan Kulit Kusam”.....	86
Gambar 3.20. Artikel ussfeed.com “27 <i>Skincare</i> Terbaik Buatan Lokal, Sudah Coba?”.....	88
Gambar 3.21. Topik “ <i>What is the Best Toner for oily skin?</i> ” oleh narasumber 2 di forum bernama <i>skincare newbie</i> FD Talk.....	91
Gambar 3.22. Artikel Idn Times “5 Sikap Positif yang bisa Ditiru dari Sosok Suhay Salim”.....	93
Gambar 3.23. <i>Thumbnail</i> Video Youtube Suhay Salim “Top 5 <i>Essence</i> ”.....	94
Gambar 3.24. Youtube Female Daily Network “Rekomendasi <i>Essence</i> Murah”.....	96
Gambar 3.25. Tampilan Iklan Loreal <i>Revitalift</i> <i>Crystal Micro Essence</i> di Televisi	99
Gambar 3.26. Artikel Cosmopolitan “Manfaat dan Cara Pemakaian <i>Centella Asiatica</i> untuk Perawatan Kulit”.....	100
Gambar 3.27. Instagram Story Andra Alodita tentang <i>Perfect</i> <i>Hydrating Treatment Essence</i> Avoskin.....	102
Gambar 3.28. Tampilan <i>Packaging</i> Produk The Bath Box <i>Brassica</i>	

<i>Lightening Serum</i> dan <i>For Skin's</i> <i>Sake Vitamin C Serum</i>	104
Gambar 3.29. Tampilan <i>Packaging</i> Produk PHTE Avoskin.....	106
Gambar 3.30. Video Suhay Salim di <i>Channel</i> Youtube Avoskin “ <i>Perfect Hydrating Treatment Essence</i> (PHTE), <i>Essence</i> favorit Suhay Salim”.....	108
Gambar 3.31. Informasi <i>ingredients</i> PHTE Avoskin di <i>Female Daily App</i>	110
Gambar 3.32. Informasi <i>ingredients</i> HTE Avoskin di <i>Female Daily App</i>	110
Gambar 3.33. <i>Rating</i> Produk Avoskin PHTE di <i>Female Daily App</i>	111
Gambar 3.34. <i>Rating</i> Produk Avoskin HTE di <i>Female Daily App</i>	111
Gambar 3.35. Kesan PHTE oleh Member Tipe Kulit Kombinasi di <i>FD App</i>	112
Gambar 3.36. Kesan HTE oleh Member Tipe Kulit Kombinasi di <i>FD App</i>	112
Gambar 3.37. <i>Filter</i> dan <i>Sort By</i> pada Bagian Ulasan Produk <i>Female Daily App</i>	113
Gambar 3.38. <i>Rating</i> Hada Labo <i>Moisturizing</i> <i>Light Lotion</i> di <i>FD App</i>	115
Gambar 3.39. <i>Rating</i> Simple <i>Soothing Facial Toner</i> di <i>FD App</i>	115
Gambar 3.40. <i>Rating</i> Nacific <i>Real Flower Calendula</i> di <i>FD App</i>	115
Gambar 3.41. <i>Rating</i> Secret Key STE di <i>FD App</i>	115
Gambar 3.42. <i>Rating</i> Cosrx AHA/BHA di <i>FD App</i>	116
Gambar 3.43. Analisis <i>ingredients</i> Avoskin PHTE di <i>website skincarisma</i>	119

Gambar 3.44. Analisis <i>ingredients</i> Hada Labo Gokujoyun <i>Moisturizing Light Lotion</i> di <i>website</i> skincarisma.....	119
Gambar 3.45. Kesan Hada Labo Gokujoyun <i>Moisturizing Light Lotion</i> oleh Member Tipe Kulit Kombinasi di Female Daily App.....	121
Gambar 3.46 Harga PHTE Avoskin di LazadaMall.....	122
Gambar 3.47. Harga Hada Labo Gokujoyun <i>Moisturizing Light Lotion</i> di Lazada Mall.....	122
Gambar 3.48. Kesan Secret Key <i>Starting Treatment Essence</i> oleh Member Tipe Kulit Kombinasi di Female Daily App.....	125
Gambar 3.49. Kesan PHTE Avoskin oleh Member Tipe Kulit Kering di FD App.....	127
Gambar 3.50. Kesan Loreal Revitalift <i>Essence</i> oleh Member Tipe Kulit Kering di FD App.....	127
Gambar 3.51. <i>Review</i> Produk PHTE Avoskin oleh Narasumber 1 di Female Daily App.....	136
Gambar 3.52. <i>Review</i> Produk PHTE oleh Narasumber 2 di Female Daily App.....	137
Gambar 3.53. <i>Review</i> Produk PHTE oleh Narasumber 3 di Female Daily App.....	139
Gambar 3.54. <i>Review</i> Produk PHTE oleh Narasumber 4 di Female Daily App.....	141

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1. Kenaikan Penjualan Kosmetik Global Tahun 2009- 2018.....	1
Grafik 1.2 Pertumbuhan Industri Kosmetik di Indonesia.....	3

