

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran menjadi sebuah hal yang mendasari berjalannya perusahaan. Fungsinya, untuk menyampaikan produk yang diproduksi hingga sampai ke tangan konsumen. Tahapannya, yaitu segmentasi pasar, *targeting*, dan *positioning*. Minat beli konsumen dapat terjadi jika pemasar dengan tepat menetapkan ketiga tahap dari pemasaran tersebut. Pertama, segmentasi pasar merupakan kegiatan pengelompokan pembeli berdasarkan identifikasi yang telah dilakukan seperti jenis kelamin, umur, psikografi, dan demografi. Sedangkan penetapan target pasar akan membantu dalam pengembangan produk yang memenuhi kebutuhan pembeli potensial. Terakhir, adalah posisi pasar/*positioning* yang berguna untuk memutuskan pendifrensiasian penawaran pasarannya di setiap segmen sasaran. Pada akhirnya ketiga tahap tersebut merupakan cara yang memudahkan perusahaan dalam menyampaikan produknya kepada target yang tepat.

Perusahaan juga harus memperhatikan produk yang dijualnya. Memastikan kualitas produk dapat sesuai dengan harga yang ditawarkan menjadi kunci keberhasilan dalam menarik minat beli pelanggan.

Menurut Kotler dalam Utami (2018), menyebutkan minat beli adalah respons terhadap suatu objek yang menunjukkan niat pelanggan untuk membelinya. Dari pendapat tersebut, disimpulkan bahwasannya

minat beli adalah sebuah reaksi minat konsumen terhadap hal-hal yang dibutuhkan atau diinginkannya salah satunya adalah pengaruh dari harga dan juga kualitas produk.

Menurut Tjiptono (2015), harga adalah unit moneter dari barang dan jasa yang dipertukarkan untuk melindungi kepemilikan atau hak penggunaan atas barang dan jasa. Harga memainkan fungsi penting dalam suatu produk dan dapat menghasilkan transaksi yang bernilai. Tidak jarang juga harga menjadi pertimbangan konsumen saat menilai seberapa berkualitasnya produk yang akan dibeli.

Menurut Suyadi Prawirosentono dalam Supriyadi (2016), menjelaskan bahwa kondisi fisik, fungsi dan karakter produk dalam memuaskan selera juga keinginan pelanggan yang sebanding dengan uang yang dibelanjakan merupakan definisi dari kualitas produk.

Jika dahulu *skincare* hanya mencakup sabun mandi, sabun muka dan lulur saja. Kini, *skincare* sudah melebar dan bermacam rupa, hal itu disebabkan oleh masuknya trend kecantikan Korea yang sudah masuk ke Indonesia membuat skin care mengalami perkembangan. Hal itu terjadi karena orang Indonesia sangat ingin memiliki kulit putih glowing yang dimiliki oleh orang-orang Korea. Seperti dikutip dari laman VOI.id kesuksesan dari industri hiburan Korea Selatan yang telah menginvasi dunia, termasuk Indonesia selama bertahun-tahun membuat budaya Korea yang hadir memiliki julukan sebagai *Korean Wave* atau *Hallyu*. *Korean Wave* ini tidak hanya mempopulerkan budaya Korea semata, tetapi juga

membawa standar kecantikan baru bagi dunia. Standar ini menjadikan kecantikan ala selebritas Korea sebagai panutan warga dunia, yang dikenal dengan penggunaan produk kecantikan hingga operasi plastik untuk mendapatkan kulit glowing seperti bayi.

Hal tersebut berdampak pada perkembangan bisnis akan produk kecantikan di Indonesia yang kian gencar memfokuskan diri untuk memproduksi produk kecantikan seperti kosmetik dan juga skin care. Seperti salah satu perusahaan produk *face skincare* yang bernama Somethinc. Somethinc ini merupakan salah satu brand lokal yang diproduksi langsung oleh PT. Nose Herbalindo yang berada di daerah Jakarta. Produk yang dikeluarkan oleh Somethinc adalah serum, *essence*, *eye gel* dan juga *moisturizer*. Salah satu produk Somethinc yang sedang hangat diperbincangkan adalah *moisturizer* Somethinc yang bernama Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel.

Pada tahun pertama, *Moisturizer* Somethinc sudah menarik minat beli pelanggan hingga 39.700 produk terjual. Salah satu alasannya karena Somethinc menyuarakan produknya memiliki kualitas yang bisa menjadi penyelamat bagi kulit bermasalah, memperkuat skin barrier sekaligus melawan tanda penuaan dan juga menghidrasi kulit tanpa membuatnya terasa berminyak. Selain itu ide Somethinc dalam mendesain kemasan terbilang unik dan baru. Dengan menggunakan *seal pump* yang memudahkan penggunaannya.

Harga yang ditawarkan untuk satu produk adalah sebesar Rp. 299.000 per 50 gram. Harga tersebut terbilang mahal jika dibandingkan dengan moisturizer lokal lainnya.

Berikut merupakan beberapa perbandingan harga produk skin care yang tampak pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1**  
**Lima Rekomendasi Moisturizer Lokal Terbaik**

No.	Brand	Harga Satuan	Jumlah (gr)
1.	Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel	Rp. 299.000	50 gr
2.	Joylab Skin'o'tic Moisture Gel	Rp. 250.000	45 gr
3.	Wardah Hydra Rose Dewy Aqua Day Gel	Rp.110.000	40 gr
4.	N'Pure Cica Night Cream	Rp.115.000	15 gr
5.	Clay Botanicals Ultimate Hydro Gel Cream	Rp. 129.000	50 gr

Sumber: <https://www.beautynesia.id> (data diolah peneliti)

Dari Tabel 1.1 diketahui bahwa Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel menjadi produk terbaik dengan menempati urutan

pertama, dengan menawarkan harga yang cukup tinggi di antara produk lainnya.

Tetapi pada tahun 2022 Somethinc Ceramic tidak lagi menjadi moisturizer terbaik seperti pada tahun pertamanya di 2020. Hal itu dilansir dari salah satu laman kecantikan superapp yang menunjukkan Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel berada diposisi ke 6 dengan urutan sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Urutan Moisturizer Terbaik untuk Melembabkan Kulit**

No	Nama Produk	Harga
1.	Emina Bright Stuff	Rp.20.000
2.	Wardah Nature Daily Aloe Hydramild Multifunction Gel	Rp. 40.000
3.	Emina Ms. Pimple Acne Solution Moisturizing Gel	Rp. 25.000
4.	Safi Dermasafe Soothe & Hydrate Day Moitruizer	Rp. 130.000
5.	Somethinc Ceramic Skin Saviour Mooisturizer Gel	Rp. 299.000

Sumber: <https://www.superapp.id> (data diolah peneliti)

Selain itu minat beli pada produk Somethinc pun mengalami penurunan dengan hadirnya berbagai produk moisturizer yang menawarkan

harga lebih murah yang dibuktikan dengan data penjualan pada tabel berikut:

**Tabel 1.3**  
**Perbandingan Harga Moisturizer Lokal Terbaik**

No	Nama Produk	Harga	Penjualan
1.	Emina Bright Stuff	Rp.20.000	58.900 pcs
2.	Wardah Nature Daily Aloe Hydramild Multifunction Gel	Rp. 40.000	28.400 pcs
3.	Emina Ms. Pimple Acne Solution Moisturizing Gel	Rp. 25.000	29.600 pcs
4.	Safi Dermasafe Soothe & Hydrate Day Moisturizer	Rp. 130.000	16.520 pcs
5.	Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel	Rp. 299.000	55.700 pcs

Sumber: Shopee.co.id (data diolah peneliti)

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwasannya produk Somethinc menempati urutan keenam sebagai moisturizer terbaik dan urutan kedua dalam hal penjualan produk atau minat beli. Jika dilihat dari segi perbandingan harga Somethinc dengan Emina memiliki perbandingan harga yang cukup jauh. Harga produk Somethinc yang cukup tinggi membuat Somethinc tidak dapat memasuki semua segmen pasar terutama konsumen menengah kebawah. Hal itu membuat pemasaran produk Somethinc terbatas hanya dikalangan menengah keatas, dan tentunya dapat mempengaruhi terjadinya minat beli. Selain itu produk ini kurang cocok digunakan oleh pemilik kulit berminyak. Yang menunjukkan Somethinc tidak dapat memenuhi harapan konsumen dari klaim yang diberikannya. Hal ini didasarkan atas penetapan harga yang tinggi dan tidak sesuai dengan kualitas produk yang dirasa oleh konsumen. Dan itu menjadi peluang bagi para pendatang untuk menawarkan harga yang lebih ekonomis dengan kualitas yang serupa. Yang tentunya terjadi pengalihan minat beli konsumen pada produk pesaing.

Penetapan harga yang tinggi dan kualitas produk yang tidak sesuai berdampak pada minat beli yang menurun. Ketika membeli produk tentunya konsumen mengharapkan manfaat yang sepadan dengan jumlah uang yang dikeluarkan. Jika produk yang dibeli memberikan manfaat yang sedikit dan tak sebanding dengan harga yang ditetapkan, hal tersebut dapat menimbulkan rasa ragu dan konsumen merasa produk tidak layak dibeli. Tidak jarang pula harga digunakan sebagai penentu seberapa berkualitas

sebuah produk. Dan juga salah satu indikator kualitas produk yang tidak dipenuhi produk Somethinc adalah konsistensi. Dimana produk Somethinc tidak dapat berjalan sesuai dengan fungsi/ klaimnya, dan hal itu dapat berpengaruh pada minat beli pelanggan yang dapat kian berkurang. Terlebih lagi jika produk skincare yang bersifat “*try and error*”, tentunya konsumen akan mengumpulkan informasi sebelum membeli produk. Dan tak jarang konsumen membandingkan mulai dari harga hingga manfaat yang dirasakan sebelum membeli produk.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti terdorong untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut terkait pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel pada mahasiswi jurusan manajemen angkatan tahun 2018-2021 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, alasan peneliti memilih subjek penelitian pada mahasiswi jurusan manajemen angkatan tahun 2018-2021 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, karena penyebaran kuesioner yang digunakan peneliti adalah google form atau secara online. Dan itu akan lebih memudahkan peneliti jika penelitian dilakukan pada mahasiswa, karena mahasiswa erat kaitannya dengan handphone dan internet, selain itu alasan lain karena peneliti meneliti skincare dimana pengguna terbanyak skincare saat ini adalah wanita dan anak muda dan itu sangat relevan dan cocok jika dilakukan pada mahasiswi, dengan itu peneliti mengajukan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Somethinc Ceramic Skin Saviour**

## **Moisturizer Gel Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Angkatan Tahun 2018-2021 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung”**

### **B. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Produk Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel memiliki harga yang relatif tinggi dibanding produk lainnya.
2. Kualitas Produk Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel tidak cocok untuk semua jenis kulit khususnya pemilik kulit berminyak.
3. Teradinya pengalihan minat beli pada produk pesaing
4. Kandungan bahan dalam skincare menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, muncullah beberapa pertanyaan dari penelitian ini, yaitu:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Produk Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel?
2. Bagaimana Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Produk Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel?
3. Seberapa besar Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Produk Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti yang didasarkan pada rumusan masalah tersebut, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan memahami adanya pengaruh Harga terhadap Minat Beli Produk Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel.
2. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel.
3. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Somethinc Ceramic Skin Saviour Moisturizer Gel.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat juga kegunaan, yaitu:

1. Manfaat Akademik
  - a. Bagi Perusahaan, diharapkan penelitian ini memberikan informasi bermanfaat dan inklusif. Yang nantinya dapat dijadikan bahan yang dipertimbangkan oleh perusahaan untuk menetapkan strategi pemasaran tertutamanya dalam menetapkan harga juga merancang kualitas produk yang dapat berpengaruh pada peningkatan penjualan.
  - b. Bagi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, peneliti berharap hadirnya penelitian ini mampu menjadi sumber bagi mahasiswa yang akan melaksanakan penelitian serupa, baik

bagi mahasiswa umum dan juga khususnya mahasiswa Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran.

- c. Bagi Peneliti, hadirnya penelitian ini mampu memberikan peningkatan pemahaman khususnya pemahaman terkait harga, kualitas produk dan minat beli.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi tentang produk terkait.
- b. Juga sebagai persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

