

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Adanya perkembangan zaman yang terus berkembang dan maju telah membuat segala sektor dalam kehidupan juga turut menyumbangkan segala bentuk perubahan. Termasuk salah satunya dalam bidang fashion. Pada zaman dahulu, orang menggunakan pakaian hanya untuk menutupi dan melindungi tubuh dari terik matahari maupun cuaca. Berbeda dengan saat ini, pakaian telah menjadi life style atau gaya hidup dalam sehari-harinya. Era modern ini juga membuat persaingan di dunia usaha bidang fashion saling berlomba-lomba dalam memberikan produknya yang berkualitas dan terbaik namun dalam harga yang seminim-minimnya untuk konsumennya. Hal ini tidak dapat dipungkiri lagi bahwa kehidupan modern telah membawa sejumlah pengusaha memiliki ide untuk memproduksi fashion dengan embel-embel agar tidak ketinggalan zaman dalam mempromosikan produknya nanti.

Kesadaran konsumen terhadap produk yang berkualitas setiap tahunnya semakin meningkat. Hal ini saya rasakan sendiri sebagai salah satu mitra Alwa Hijab. Berpakaian secara syari pada era sekarang bukan suatu hal yang aneh lagi. Kita patutnya bersyukur karena semakin banyak muslimah yang memutuskan untuk menutup auratnya.

Seperti contohnya fenomena pada tabel di bawah ini yang menggambarkan naik turunnya minat beli terhadap busana muslim-muslimah

pada butik Agen Alwa Hijab FE Fashion di Garut.

Tabel 1.1

Pembelian Produk Alwa Hijab Beberapa Tahun Terakhir Pada Agen Alwa Hijab FE Fashion Di Garut (Penjualan *Pre-Order* Mendekati Lebaran)

No	Bulan	Tahun	Jumlah Pembelian
1	April	2019	53
2	April	2020	43
3	April	2021	100
4	April	2022	150

Sumber : Data Diolah Peneliti (2022)

Pada awal-awal tahun dimana FE Fashion ini memutuskan untuk bergabung menjadi agen dari *brand* Alwa Hijab berhasil meng-*closingkan* produk sebanyak 53pcs pada lebaran tahun 2019, namun pada tahun selanjutnya menurun menjadi 43pcs. Penjualan meningkat lagi pada periode *pre-order* untuk lebaran tahun selanjutnya sebanyak 100pcs dan pada tahun terakhir tahun 2022 melonjak lagi menjadi 150pcs.

Suatu produk dikatakan sukses apabila produk tersebut berhasil merebut hati para konsumen yang telah ditargetkan. Namun tidak semudah itu dalam memasarkan suatu produk agar langsung tepat mengenai sasaran yang diinginkan, karena ada beberapa komponen perilaku konsumen yang dapat mempengaruhinya. Salah satu bagian dari komponen perilaku konsumen yaitu minat beli. Kotler & Keller (2012) mengatakan bahwa minat beli merupakan sebuah sikap yang muncul dari seseorang atau pelanggan sebagai pengaktualisasian terhadap suatu barang atau objek yang menggambarkan

keinginannya untuk melakukan sebuah transaksi atau pembelian. Minat beli konsumen selain dipengaruhi oleh citra merek, dipengaruhi juga oleh personal brand. Minat beli konsumen merupakan penggambaran mental dari seorang pelanggan dalam bentuk sebuah rencana untuk melakukan pembelian barang dengan sebuah merek tertentu (Ardyansyah & Aryanto 2012). Untuk mencapai hal ini, konsumen akan mencari informasi mengenai barang yang dimaksud tersebut. Menurut Afianka (2012), minat beli konsumen mampu menciptakan sebuah keinginan yang tersimpan di benak pelanggan lalu menguat suatu keinginan tersebut. Contoh saja ketika seseorang yang harus memenuhi kebutuhannya maka dia akan mengaktualisasikan apa yang dibenaknya inginkan.

Sebelum konsumen mengaktualisasikan apa yang dibenak mereka inginkan dan dipikiran mereka pikirkan, mereka akan mempertimbangkannya terlebih dahulu. Adapun terjadinya minat beli konsumen dipengaruhi beberapa faktor, diantaranya harga dan personal brand seperti yang telah disebutkan di atas tadi. Mungkin saja harga mempengaruhi minat beli konsumen dalam suatu produk karena harga dalam penjabarannya berupa suatu nilai yang tentunya harus dikeluarkan oleh seorang konsumen agar bisa memperoleh suatu barang ataupun jasa yang mereka inginkan dan butuhkan.

Indriyo Gitosudarmo dan Danang Sunyoto (2014 : 131) menyatakan bahwa *price atau* harga adalah sebuah *value* yang digambarkan alat menukar berupa angka yang dihadapkan pada suatu barang tertentu. Lalu di dalam penetapan harga biasanya produsen mempertimbangkan pengaruh langsung

maupun tidak langsung faktor-faktornya. Salah satu contoh untuk faktor langsung yaitu bahan baku atau kualitas suatu barang atau jasa tersebut, dan salah satu contoh tidak langsung yaitu harga suatu produk atau jasa yang sama oleh pesaing lain.

Dalam menetapkan harga produk, Alwa Hijab berkomitmen memberikan yang terbaik dalam segi kualitas jahitan dengan *quality control* yang ketat dan menggunakan bahan *high quality* yang nyaman. Terbukti sudah terjual ribuan pcs ke dalam negeri dan sudah Go Internasional, seperti ke Singapura, Taiwan, Hongkong, Malaysia, Brunei Darussalam, Jepang, Saudi Arabia, Amerika, dan lain-lain. Alwa Hijab memiliki desain eksklusif dan berkelas dan elegan yang sangat khas dan sulit untuk ditiru. Alwa Hijab juga menjadi pelopor dan spesialis sarimbit terbesar di Indonesia. Produknya yang sangat limited dan tidak akan diproduksi kembali.

Melihat Alwa Hijab yang begitu besar dengan banyak peminatnya, disini lain ternyata di dalamnya terdapat banyak distributor, agen, serta reseller yang tergabung menjadi mitra Alwa Hijab. Lalu jika melihat dari segi kualitas maupun bahan baku produk Alwa Hijab seperti yang dijelaskan di atas tadi, untuk menjualnya ternyata tak semudah yang dibayangkan. Juga tidak semua orang juga tahu brand Alwa Hijab ini. Dengan harga yang cukup lumayan merogoh kocek, membuat kepercayaan konsumen disini mulai terguncang lagi.

Membangun sebuah kepercayaan dengan konsumen apalagi secara online misalnya dalam memanfaatkan fitur sosial media facebook untuk promosi penjualan maupun iklan bukan suatu hal yang mudah. Kebanyakan konsumen

hanya akan memberikan kepercayaannya kepada penjual yang sudah dikenalnya terlebih dahulu. Dan disinilah tuntutan untuk seorang penjual, bagaimana caranya agar dikenal dengan citra diri yang baik dan berkesan amanah dalam penjualannya. Citra diri atau lebih familiar dengan personal brand merupakan cara penjual agar lebih dikenal oleh target pasarnya agar mereka percaya dan salah satu contoh dari personal brand ini yaitu seperti bercerita tentang dirinya (si penjual) ataupun hal apapun yang mengenai dirinya agar lebih dikenal, bisa dengan pengalamannya atau hal lainnya yang lalu disangkutpautkan dengan iklan ataupun promosi dalam media sosial facebook tersebut.

Dari latar belakang yang telah peneliti jabarkan maka peneliti menemukan masalah dan memiliki keinginan untuk menyelesaikan masalah tersebut dan melakukan penelitian dengan menentukan judul **“PENGARUH HARGA DAN PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP MINAT BELI PRODUK ALWA HIJAB”**.

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dari latar belakang penelitian yang telah peneliti jabarkan di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah mengenai minat beli produk Alwa Hijab yang dimana harga produknya yang menengah keatas. Apakah konsumen tertarik produk tersebut hanya untuk sekedar gaya atau *life style* semata, karena memang benar-benar memburu kualitasnya yang sebanding dengan harganya atau karena si penjualnya dan seberapa besar pengaruhnya terhadap minat belinya. Lalu yang pernah peneliti baca ternyata 85% orang membeli produk karena penjualnya,

bukan karena produknya. Makadari itu apakah personal brand dalam beriklan di media sosial facebook berpengaruh terhadap minat beli produk Alwa Hijab. Mengapa di media sosial facebook? Karena kebanyakan ibu rumah tangga zaman sekarang menggunakan facebook bukan sekedar untuk mainan atau hiburan semata. Namun mereka kini kreatif dengan menggunakannya untuk berjualan alhasil menambah penghasilan. Dari masalah-masalah yang telah dijabarkan di atas, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh harga maupun personal brand terhadap minat beli konsumen kepada produk Alwa Hijab ini.

Dari masalah-masalah yang telah diidentifikasi di atas, maka peneliti ingin mengetahui seberapa kuatnya pengaruh harga serta personal brand ini sehingga munculah perumusan masalah :

1. Seberapa besarkah pengaruh harga terhadap minat beli produk Alwa Hijab melalui Agen Alwa Hijab Fitri Ermasari Fashion?
2. Seberapa besarkah pengaruh personal brand dalam beriklan di media sosial facebook terhadap minat beli produk Alwa Hijab melalui Agen Alwa Hijab Fitri Ermasari Fashion?
3. Seberapa besarkah pengaruh antara harga dan personal brand terhadap minat beli produk Alwa Hijab melalui Agen Alwa Hijab Fitri Ermasari Fashion?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin peneliti capai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli produk Alwa Hijab melalui Agen Alwa Hijab, Fitri Ermasari Fashion.
2. Untuk mengetahui pengaruh personal brand dalam beriklan di media

sosial facebook terhadap minat beli produk Alwa Hijab melalui Agen Alwa Hijab, Fitri Ermasari Fashion.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan personal brand di media sosial facebook terhadap minat beli produk Alwa Hijab melalui Agen Alwa Hijab, Fitri Ermasari Fashion.

D. Manfaat Penelitian

Untuk peneliti sendiri mengharapkan supaya bisa terpecahkan masalah yang telah peneliti temukan sebelumnya pada penjualan produk Alwa Hijab di Agen Fitri Ermasari Fashion Garut. Yang pada tahun sebelumnya mendapatkan orderan sekitar 100pcs namun ada kendala barang tidak sampai semua ke konsumen alhasil konsumen kecewa. Pada tahun selanjutya orderan bukannya turun tetapi naik menjadi 150pcs. Lalu dengan adanya penelitian ini peneliti juga berharap permasalahan bisa terselesaikan dan menemukan kesimpulannya. Selain itu peneliti juga berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah lagi wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai pemasaran produk dari permasalahan yang didapat, bertambah dengan adanya penelitian ini. Selain itu dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas lagi pada saat di lapangan dan dapat bermanfaat untuk kedepannya apabila ingin membangun sebuah bisnis.

Selain itu untuk produsen, distributor, agen, maupun reseller dari Alwa Hijab, mudah-mudahan melalui adanya suatu penelitian ini bisa menambah masukan yang sifatnya membangun untuk kemajuan Alwa Hijab kedepannya. Mudah-mudahan bisa selalu menjadi brand gamis besar yang selalu amanah. Selain itu bisa menjadi bahan evaluasi untuk Alwa Hijab dalam penjualannya.