

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perempuan pasti ingin terlihat cantik. Kebanyakan wanita selalu ingin tampil beda, bukan semata-mata untuk menarik lawan jenisnya, namun penampilan wanita dengan wajah yang cantik pun dapat menunjang kepercayaan diri yang dibutuhkan dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Dalam urusan kecantikan, wajah memegang peranan yang sangat penting. Wajah merupakan kesan pertama untuk menarik perhatian pasangan, oleh karena itu kecantikan wajah sangatlah penting bagi wanita untuk dijaga. Meskipun tampak sepele, namun kecantikan wajahlah yang sesungguhnya membawa seorang wanita menjadi tampak lebih cantik dan bersinar. Namun yang paling penting adalah bagaimana merawat kecantikan wajah secara alami agar wajah tetap terlihat cantik walaupun tanpa *make-up*.

Salah satu contoh produk kecantikan yang dipasarkan adalah produk kecantikan dari Scarlett Whitening yang saat ini sedang menjadi produk keunggulan pada masalah kecantikan dalam merawat kulit. Scarlett Whitening yang sedang banyak digemari oleh kaum perempuan ini mampu memasarkan dengan sukses menggunakan media sosial. Pemasaran produk Scarlett Whitening ini memanfaatkan lebih dari satu media sosial, yaitu Facebook, Instagram, Lazada, dan Shopee. Produk kecantikan Scarlett Whitening ini mampu membaca peluang. Dengan adanya produk dari Scarlett mereka menghadirkan berbagai produk kecantikan. Baik dari serum ataupun lotion. Zaman sekarang memang banyak produk kecantikan, akan tetapi produk dengan harga terjangkau dan kualitas terjamin hanya ada di Scarlett Whitening. Banyak dari mereka yang hanya tergiur dengan kemurahan harga, tanpa memperhatikan kualitas dari produk tersebut. Dengan mengetahui manfaat dari Scarlett tentu orang akan tertarik ingin mencobanya dan mulai mencari tahu mengenai harga dan apa itu Scarlett ini.

Minat beli atau *purchase intention* sering diartikan ialah kecenderungan sikap konsumen yang tertarik lalu mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian melalui berbagai tahapan dan tingkat kemungkinan hingga dengan kemampuan untuk membeli produk, jasa atau merek tertentu. Konsumen yang memiliki minat beli terhadap suatu produk menunjukkan adanya perhatian dan rasa senang terhadap produk yang diikuti dengan realisasi berupa perilaku membeli.

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Ada 2 (dua) level rangsangan atau stimulan kebutuhan konsumen, yaitu level pencarian informasi yang lebih ringan atau penguatan perhatian dan level aktif mencari informasi, yaitu dengan mencari bahan bacaan, bertanya pada teman atau mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu. Berdasarkan pengumpulan informasi, konsumen mempelajari merek yang bersaing dan juga fitur merek tersebut. Melakukan evaluasi terhadap pilihan mulai mempertimbangkan untuk membeli produk. Setelah konsumen berusaha memenuhi kebutuhan, mempelajari merek yang bersaing dan juga fitur merek tersebut, konsumen akan mencari manfaat tertentu dari solusi produk dan melakukan evaluasi terhadap produk tersebut.

Evaluasi ini dianggap sebagai proses yang berorientasi kognitif. Maksudnya, konsumen dianggap menilai suatu produk secara sangat sadar dan rasional hingga mengakibatkan ketertarikan untuk mencoba. Setelah memiliki ketertarikan untuk mencoba suatu produk, konsumen akan memiliki keinginan untuk mengetahui produk. Konsumen akan memandang produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan. Para konsumen akan memberikan perhatian besar terhadap atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya. Kemudian akhirnya konsumen akan mengambil sikap (keputusan, preferensi) terhadap produk melalui evaluasi atribut dan membentuk niat untuk membeli atau memiliki produk yang disukai

Harga bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu

tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Biasanya penggunaan kata harga berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tukar mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai suatu kualitas barang atau jasa. Dalam ilmu ekonomi harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa sekaligus sebagai variabel yang menentukan komparasi produk atau barang sejenis.

Memiliki kulit wajah yang sehat, tentu menjadi idaman bagi semua orang. Sayangnya, ada banyak hal yang tanpa disadari justru bisa merusak kulit wajah, mulai dari faktor lingkungan hingga kebiasaan buruk. Oleh karena itu, penting bagi Anda untuk selalu merawat kulit wajah secara rutin. Setiap orang memiliki jenis kulit wajah yang berbeda. Ada yang normal, sensitif, kering, berminyak, dan kombinasi. Apa pun jenis kulit wajah yang Anda miliki, rutinitas merawat kulit wajah tidak boleh dilewatkan. Selain kulit wajah jadi sehat, wajah Anda juga akan nampak lebih cerah, bersih, dan merona.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan penulis tertarik untuk melakukan penelitian **“Analisis Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Mahasiswa Bengkalis)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah **“Bagaimana Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada produk scarlett whitening (Studi kasus pada Mahasiswa Bengkalis)”** ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis menetapkan batasan masalah dengan hanya melakukan penelitian pada pengguna produk scarlett whitening pada mahasiswa Bengkalis.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang penulis kemukakan diatas, maka dapat dijelaskan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang pengaruh harga produk Scarlett Whitening pada mahasiswa Bengkalis.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang minat beli produk Scarlett Whitening pada mahasiswa Bengkalis
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap minat beli produk Scarlett Whitening pada mahasiswa Bengkalis

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai penulis dalam penulisan proposal Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan dan meningkatkan ilmu pengetahuan penulis untuk memahami segala teori-teori yang telah didapatkan selama duduk dibangku perkuliahan.
2. Bagi perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan terhadap persepsi Konsumen terhadap pengaruh harga scarlett whitening.
3. Bagi Program Studi Administrasi Bisnis
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi yang berguna untuk mahasiswa/I yang akan melakukan penelitian dengan topik permasalahan yang sama atau dengan objek penelitian yang sama dengan penelitian ini.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematikan kepenulisan laporan Penelitian Tugas akhir ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB 1: PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Hal ini diperlukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik dari penulis ke pembaca mengenai maksud dan tujuan penelitian ini.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi uraian teoritis variabel-variabel penelitian meliputi Daya tarik iklan dan minat beli konsumen, serta teori khusus penelitian pada bagian masing-masing.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang obyek penelitian, tata cara penelitian, data yang diperlukan serta cara analisa yang akan digunakan dengan menampilkan proses penelitian.

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menerangkan keseluruhan proses penelitian dan pengumpulan data, pengolahanya serta hasil pengolahan data yang nantinya dapat di ambil kesimpulan dan saran.

BAB 5: PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran bagi perusahaan tempat penelitian.