

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era modern banyak perubahan yang terjadi mulai dari perubahan psikologis hingga gaya hidup masyarakat. Meski banyak orang mengklaim bahwa perawatan kulit sudah cukup, namun tidak menyurutkan minat banyak orang terhadap kosmetik yang telah ada selama 6.000 tahun. Kosmetik pertama dalam sejarah berasal dari Mesir. Kosmetik Mesir kuno adalah simbol kekayaan, diyakini memiliki daya tarik bagi para dewa. Seiring waktu, kosmetik telah berevolusi dari merek ke merek, dari formula ke formulasi, dan dari merek ke merek. Ini membuktikan bahwa kehadiran kosmetik dari waktu ke waktu tidak pernah berkurang (Abrori, I, et.al.,2021).

Bicara soal kosmetik, salah satu produknya adalah bibir merah atau biasa dikenal dengan lipstik merah. Semua orang peka terhadap kosmetik yang digunakan di bagian bibir ini. Dari anak-anak hingga pria bahkan mereka yang belum mengenal kosmetik. Sekarang gaya lipstik telah berubah menjadi lip tint, lip balm, dan lip matte.



Sumber : [www.goodnewsfromindonesia.id](http://www.goodnewsfromindonesia.id)

**Gambar 1. 1 Jenis produk kosmetik paling sering digunakan di Indonesia 2021**

Kabar gembira dari Indonesia, produk bibir merupakan produk kosmetik yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2021. Memiliki bibir yang menarik dan sehat adalah dambaan setiap orang. Bukan monoton "merah", seperti yang awalnya dikenal. Saat ini produk lipstik hadir dalam berbagai bentuk, warna dan bahan yang sesuai dengan kebutuhan setiap orang. Tak hanya itu, pemilihan warna pada produk lipstik kini bisa disesuaikan dengan bentuk bibir konsumen.

Tak hanya warna, Komposisi juga diprediksi menjadi faktor penting bagi konsumen saat ini dalam memilih produk lipstik yang akan digunakan. Belakangan ini banyak konsumen yang tertarik dengan produk bibir yang biasa disebut Lip tint.

Lip Tint merupakan varian produk bibir dari Korea yang dikatakan tahan lama saat digunakan. Penggunaannya juga menjaga bibir agar tidak hitam dan kering. Berkat komposisinya yang ringan dan unik, warnanya aman untuk segala usia, dari remaja hingga dewasa. Warna lip tint yang tersedia kini bukan hanya warna yang monoton, tetapi banyak warna lainnya.

Kemajuan dalam dunia produk bibir telah menciptakan banyak hal yang mempengaruhi perekonomian dan kehidupan individu. Karena rangkaian produk bibir yang terus berkembang, bahan dan manfaat, dan variasi moderat, beberapa point berikut turut terjadi,

Menurut Tjiptono (2014), minat beli ulang dikaitkan dengan pembelian berulang terhadap merek tertentu yang sama (biasa karena merek satu-satunya / lebih murah) Seperti Minat beli ulang, minat beli ulang sendiri adalah keinginan dari kosnumen untuk melakukan pembelian ulang pada produk yang telah digunakannya. Minat beli sendiri, di picu dengan kepuasan akan produk yang dirasakan oleh konsumen. Kebanyakan produk yang sering di beli ulang oleh para konsumen adalah produk yang krusial dan juga produk yang digunakan untuk menunjang penampila sehari – hari. Minat beli ulang tak langsung secara instant terjadi, dapat dipastikan ada beberapa point penting yang menyebabkan terjadinya Niat beli ulang. Seperti beberapa point berikut

Menurut Buchori (2013) Harga (price) merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari mempunyai atau memakai barang atau jasa. Harga, harga menjadi point pemicu minat beli ulang dikarenakan harga yang terjangkau dan cocok akan membuat konsumen puas dan terpenuhi positive emotionsnya (Buchori, 2013). Harga yang sesuai akan membuat semua orang senang dan puas. Tak Hanya harga, Promosi juga menjadi point pemicu terjadinya minat beli. Menurut Muslichah (2010) Promosi adalah kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menyebarluaskan, mempengaruhi, membujuk, dan / atau mengingatkan perusahaan dan pasar sasarnya agar siap menerima, membeli dan menjadi loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan tertarik (Muslichah, 2010). Promosi biasanya dilakukan untuk memberitahukan suatu produk ke public, selain untuk memberitahukan adanya produk baru, promosi juga biasanya memberitahukan bahwa ada potongan harga, voucher, dan good deals lainnya seperti “Beli 1 gratis 1” atau “Beli 2 lebih hemat ...%” promo promo yang terjadi ini membuat konsumen memiliki niat untuk membeli ulang, fikiran seperti “Mumpung lagi ada voucher beli lagi deh, untuk backup dirumah.”

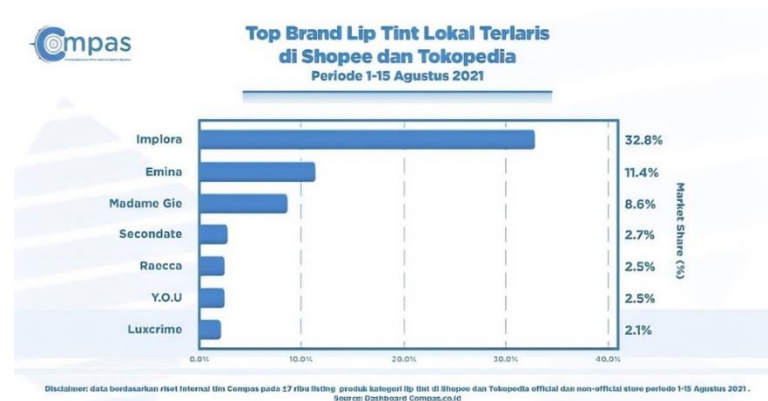
Setelah Harga & Promosi, ada Kepuasan pelanggan yang menjadi pemicu Minat beli ulang. Kepuasan konsumen bukan lah hal yang gampang untuk didapatkan banyak aspek yang harus di capai suatu produk untuk membuat para pelanggan puas. Ditambah lagi dengan pandemic yang ada membuat perekonomian semua kalangan terguncang, sejak pandemic terjadi semua pola pembelian pelanggan berubah. Banyak kalangan yang memutuskan untuk melakukan pembelian ulang karena harga & promosinya.

Bicara tentang kosmetik, Indonesia kini tak kalah saing dengan negara lain. Indonesia kini memiliki banyak brand kosmetik lokal yang kualitas produknya terjamin dengan harga yang terjangkau seperti Implora.

Didirikan oleh Bapak Willy Go pada tahun 2002 dengan nama CV Priskila Mandiri Utama, hanya dengan istri dan dua karyawan memulai bisnis wewangian dengan merek bernama ZARD. Pak Willy mulai memasarkan

produknya dari mulut ke mulut. Ternyata parfum tersebut ditanggapi dengan baik oleh masyarakat. Seiring dengan perubahan tren kebutuhan wanita, CV Priskila Mandiri Utama mulai berinovasi dalam memproduksi produk-produk dekoratif seperti bedak wajah, eyeshadow dan lipstick padat, yang didistribusikan secara fokus di Jawa dan Bali.

Pada puncaknya di tahun 2017, CV Priskila Mandiri Utama membuat produk Urban Lip Cream Matte yang mendapat respon yang sangat baik di komunitas kecantikan. Urban Lip Cream Matte menghadirkan kualitasnya dengan harga yang terjangkau, sehingga menjadi sahabat wanita.



Sumber : Kompas.co.id

### Gambar 1. 2 Top Brand Lip Tint lokal Terlaris di Shopee dan Tokopedia

Dilansir oleh Kompas.co.id pada periode 1-15 Agustus 2021 produk *Liptint* dari implora terlihat menduduki posisi pertama sebagai top brand lip tint lokal terlaris di dua e-commerce ternama yaitu Shopee dan Tokopedia. Dengan rate sebanyak 32.8% Implora memimpin Emina 11.4% , Madam Gie 8.6% , Secondate 2.7% Raecca 2.5% , Y.O.U 2.5% , dan ada Luxcrime 2.1% sebagai penutup.

### 1.2 Perumusan Masalah

Dengan demikian rumusan masalahnya adalah benarkah Harga & Promosi melalui Kepuasan pelanggan dapat membuat munculnya Minat beli ulang pada pelanggan?

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan pelanggan Pada Produk Lip Tint Implora?
2. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Kepuasan pelanggan Pada Produk Lip Tint Implora?
3. Bagaimana pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Minat beli ulang Pada Produk Lip Tint Implora?
4. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Minat beli ulang Pada Produk Lip Tint Implora?
5. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Minat beli ulang Pada Produk Lip Tint Implora?
6. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Minat beli ulang melalui Kepuasan pelanggan Pada Produk Lip Tint Implora?
7. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Minat beli ulang melalui Kepuasan pelanggan Pada Produk Lip Tint Implora?
8. Bagaimana pengaruh Harga dan Promosi terhadap minat beli ulang melalui Kepuasan pelanggan dalam sudut pandang islam Pada Produk Lip Tint Implora?

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan pelanggan Pada Produk Lip Tint Implora
2. Untuk menganalisis Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Kepuasan pelanggan Pada Produk Lip Tint Implora
3. Untuk menganalisis Bagaimana pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Minat beli ulang Pada Produk Lip Tint Implora
4. Untuk menganalisis Bagaimana pengaruh Harga terhadap Minat beli ulang Pada Produk Lip Tint Implora

5. Untuk menganalisis Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Minat beli ulang Pada Produk Lip Tint Implora
6. Untuk menganalisis Bagaimana pengaruh Harga terhadap Minat beli ulang melalui Kepuasan pelanggan Pada Produk Lip Tint Implora
7. Untuk menganalisis Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Minat beli ulang melalui Kepuasan pelanggan Pada Produk Lip Tint Implora
8. Untuk menganalisis Bagaimana pengaruh Harga dan Promosi terhadap minat beli ulang melalui Kepuasan pelanggan Pada Produk Lip Tint Implora dalam sudut pandang islam

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat di pahami dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak tertentu dan dapat membawa perubahan padangan kearah yang lebih baik dan maju, Baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan latar belakang dan tambahan informasi, wawasan, pengetahuan, referensi dan sumber untuk penelitian kedepannya yang dapat dijadikan dasar untuk memperluas penelitian khususnya yang berkaitan dengan Minat beli ulang.

### **Praktis**

#### **Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran masukan dan solusi yang dapat digunakan oleh Brand Implora dalam memajukan produk – produk. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan langkah-langkah yang nantinya akan diambil yang berkaitan dengan Harga, Promosi, Kepuasan pelanggan dan Minat beli ulang.

#### **Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan Informasi tambahan serta bahan pembelajaran untuk mengetahui Harga, Promosi, Kepuasan pelanggan dan Minat beli ulang.

### Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk melakukan eksplorasi pada penelitian berikutnya dengan menambahkan beberapa variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini.

#### 1.6 Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi pada *Liptint Implora* serta Tinjauannya dalam Sudut Pandang Islam.

Dalam hubungan ekonomi Jual Beli seperti produksi, distribusi (promosi), konsumsi, penetapan harga, Dan lain lain. Tidak luput dari nilai - nilai agama, aturan, kaidah, prinsip - prinsip ajaran Islam. Dalam Islam muamalah diatur dengan jelas agar segala sesuatu berjalan sesuai dengan syariat nilai agama Islam. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan Pada Produk *Liptint Implora* serta Tinjauannya dalam Sudut Pandang Islam (Studi Empiris pada Konsumen *Liptint Implora* di Jakarta Pusat) beserta identifikasi nilai ajaran agama Islam sesuai dengan QS an-Nisa : 29.

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu“