

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang ini, teknologi berkembang sangat pesat di dunia bisnis, khususnya pada bidang kosmetik. Pertumbuhan bisnis kosmetik dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya seperti daya beli, pendapatan, meningkatnya gaya hidup dan di zaman ini kosmetik dijadikan sebagai kebutuhan primer oleh wanita-wanita. Hal ini dapat dilihat dari mulai banyaknya perusahaan-perusahaan kosmetik yang bergerak pada industri ini. Di lain sisi, dengan berkembangnya bidang industri tentunya perusahaan-perusahaan tersebut harus saling bersaing. Dengan adanya persaingan tersebut konsumen akan disuguhkan atau ditawarkan oleh berbagai kosmetik yang masing-masing memiliki fungsi dan keunikan yang berbeda-beda.

Kosmetik yang digunakan sebagai kebutuhan primer memang benar adanya, hal ini diperkuat oleh data Asosiasi Digital Marketing tentang 3 kategori teratas terlaris di E-commerce Shopee, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
3 Kategori Teratas Terlaris Di Shopee tahun 2020

No.	Kategori	Jumlah Penjualan barang (Juta)
1	Kecantikan	247,1
2	Perlengkapan Rumah	133

3	Fashion Muslim	107
---	----------------	-----

Sumber: Asosiasi Digital Marketing, (Diakses pada 30 Juni 2022)

Berdasarkan data pada tabel 1.1 produk-produk kecantikan yang didalamnya ada kosmetik adalah produk yang sedang diminati dan dicari oleh konsumen. Banyaknya produk kosmetik yang terjual disebabkan karena masyarakat sudah mulai menyadari bahwa berpenampilan menarik adalah sebuah hal yang penting. Dengan banyaknya orang yang tertarik dengan kecantikan, perusahaan-perusahaan yang menciptakan kosmetik dituntut untuk menciptakan produk yang inovatif dan unik agar bisa bersaing untuk menarik minat beli.

Salah satu produk yang melakukan terobosan inovasi yang unik adalah kosmetik merek *Sis2Sis*, dimana *Sis2Sis* ini mengeluarkan produk kosmetik Sachet. *Sis2Sis* adalah merek kosmetik yang diproduksi oleh PT. Cosmac Indonesia. *Sis2Sis* ini mengeluarkan tujuh jenis kosmetik yang dipasarkan di Indonesia. Berikut adalah produk dari *Sis2Sis*:

Tabel 1.2
Jenis Kosmetik *Sis2Sis*

Jenis Kosmetik	Varian
Sis2Sis Long Wear Creamy Eye Shadow	01 Peachy Cream 02 Choco Blend 03 Beige Pearl 04 Pink Dazzle 05 Cherry Shimmer
Sis2Sis Matte Lip Cream	01 Ruby Berry

Jenis Kosmetik	Varian
	02 Pink Orchid 03 Coral Daisy 04 Sugar Honey
Sis2Sis Lip Eye Cheek	Terdapat 10 varian warna
Sis2Sis Mascara	Hanya satu varian
Sis2Sis Eyebrow Mascara	Natural Brown Taupe Brown
Sis2Sis BB Cream	Hanya satu varian
Sis2Sis Concealer	Natural Beige Sand Beige

Sumber : Bukalapak (diakses pada 25 November 2021)

Berdasarkan data pada tabel 2.1 diatas, dapat dilihat bahwa *Sis2Sis* memiliki berbagai jenis kosmetik dari mulai eyeshadow, matte lip cream, lip eye cheek, maskara, eyebrow maskara, BB cream dan concealer. Walaupun perusahaan ini memiliki dasar perusahaan korea tapi tetap menyesuaikan dengan kondisi yang ada di Indonesia dengan menciptakan warna-warna yang sesuai dengan kulit orang Indonesia. Produk *Sis2Sis* ini memiliki harga yang sangat terjangkau yaitu kisaran harga Rp. 25.000.

Ada banyak sekali faktor yang mempengaruhi minat beli terhadap sebuah produk kosmetik, seperti harga, kemasan, review selebgram dan masih banyak lainnya. Untuk mempersingkat penelitian ini peneliti melakukan wawancara untuk menetapkan faktor yang terpenting dalam mempengaruhi minat beli. Peneliti melakukan wawancara kepada 30 orang yang terdiri dari teman-teman yang se-almamater ataupun teman dari luar.

Dan dari wawancara tersebut mendapatkan hasil bahwa 3 faktor teratas yang mempengaruhi minat beli terhadap sebuah produk adalah kemasan, testimoni, dan harga. Dari penjelasan tersebut peneliti mengambil 3 faktor teratas yang mempengaruhi minat beli tersebut untuk diteliti pada penelitian ini.

Mahasiswa Ekonomi Syariah dipilih untuk dijadikan responden penelitian karena pada angkatan 2018 adalah termasuk generasi milenial, dimana pasar dari produk kosmetik *Sis2Sis* adalah generasi milenial. Generasi milenial sendiri adalah generasi yang berumur 20-40 tahun yang memiliki ketertarikan tinggi terhadap perubahan ataupun keunikan. Alasan peneliti memilih mahasiswa sebagai responden dalam penelitian ini karena mahasiswa adalah golongan yang paling berpotensi dalam hal penjualan ataupun pembelian. Dengan responden yang peneliti ambil diharapkan akan mempresentasikan hasil penelitian yang peneliti lakukan.

Dengan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti apakah kemasan, testimoni dan harga ini menjadi tolak ukur mahasiswa jurusan ekonomi syariah untuk membeli kosmetik *Sis2Sis*. Oleh karena itu, peneliti memberikan judul pada penelitian ini yaitu: **“Pengaruh Kemasan, Testimoni dan Harga terhadap Minat Beli Kosmetik *Sis2Sis*”**

B. Identifikasi Masalah

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah guna mengetahui apa yang mempengaruhi minat beli pada produk kosmetik *Sis2Sis*. Seperti

yang diketahui bahwa kosmetik adalah salah satu industri yang sangat berkembang untuk saat ini. Banyak produk baru bermunculan dan terjadinya persaingan antar merek. *Sis2Sis* ini adalah salah satu produk kosmetik yang memiliki keunikan pada kemasannya, dimana kosmetik *Sis2Sis* ini merupakan kosmetik dalam bentuk kemasan sachet. Karena adanya keunikan pada kemasan tersebut, saya ingin mengetahui apakah dari kemasan, testimoni dan harga akan mempengaruhi minat beli.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli kosmetik *Sis2Sis*?
2. Apakah testimoni berpengaruh signifikan terhadap minat beli kosmetik *Sis2Sis*?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli kosmetik *Sis2Sis*?
4. Apakah kemasan, testimoni dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli kosmetik *Sis2Sis*?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh kemasan terhadap minat beli kosmetik *Sis2Sis*.
2. Untuk menguji pengaruh testimoni terhadap minat beli kosmetik *Sis2Sis*.
3. Untuk menguji pengaruh harga terhadap minat beli kosmetik *Sis2Sis*.
4. Untuk menguji pengaruh kemasan, testimoni dan harga secara

simultan terhadap minat beli kosmetik *Sis2Sis*.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber pengetahuan dan bisa menjadi rujukan bagi semua pihak yang ingin mendalami ilmu yang berkaitan tentang ekonomi dan juga ini mengetahui keterkaitan tentang pengaruh kemasan, testimoni dan harga terhadap minat beli kosmetik *Sis2Sis*.

2. Kegunaan Praktis

a. Untuk Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi serta pengetahuan bagi masyarakat tentang pengaruh kemasan, testimoni dan harga terhadap minat beli kosmetik *Sis2Sis*.

b. Untuk akademik

Penelitian ini diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangsih perbendaharaan di perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah

c. Untuk peneliti selanjutnya

Sebagai rujukan penelitian selanjutnya dengan tema sama tapi variabel yang berbeda.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi untuk mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan tahun 2018 yang masih aktif.

2. Keterbatasan Penelitian

- a) Penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel pada penelitian ini adalah Kemasan (X_1), Testimoni (X_2), Harga (X_3) dan variabel terikat adalah Minat Beli (Y).
- b) Data dari variabel bebas dan variabel terikat didapatkan dari kuesioner (Angket).

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Berkaitan dengan judul penelitian diperlukan adanya kejelasan lebih lanjut tentang penegasan istilah-istilah agar tidak terjadi penafsiran yang tidak diinginkan, berikut penjelasan mengenai istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini:

a. Kemasan

Menurut Klimchuk dan Krasove mengartikan kemasan adalah sebuah kata yang menagacu pada objek fisiknya. Misalnya bungkus, botol, dan lain-lain.²

b. Testimoni

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, testimoni diartikan

² Thomas S. Kaihatu, M.M, *Manajemen Pemengemasan*, (Yogyakarta: CV. Penerbit Andi, 2014), Hlm. 2

sebagai pengakuan.³ Dari pengertian tersebut jika dikaitkan dengan sebuah produk, testimoni merupakan adalah sebuah bukti, pengakuan atau kesaksian seseorang terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan, tentang kepuasan, komentar mereka terhadap produk tersebut.

c. Harga

Menurut Kotler, harga adalah unsur bauran pemasaran yang akan menghasilkan sebuah pendapatan dan harga juga menjadi nilai dari sebuah barang.⁴

d. Minat beli

Menurut Kotler dan Keller minat beli adalah sebuah ketertarikan atau respon individu untuk membeli sebuah objek atau barang.⁵

2. Definisi Operasional

Secara oprasional yang dimaksud penelitian ini adalah menguji apakah kemasan, testimoni dan harga akan mempengaruhi minat beli kosmetik *Sis2Sis*. Jika faktor tersebut mempengaruhi, maka kemasan dalam sebuah produk, testimoni dan penetapan harga kepada produk akan mendorong minat beli konsumen pada poduk tersebut.

³ “Arti Kata Testimoni -Kamus Besar Bahasa Indonesia, Online” Diakses pada tanggal 22 April 2022 pada pukul 21.33, <https://kbbi.lektur.id/testimoni>.

⁴ Kotler, *Manajemen Pemasaran* (edisi ke sebelas) jilid 2, (Jakarta:Gramedia, 2005), Hlm. 139

⁵ Agus Sriyanto dan Aris Wahyu Kuncoro, “*Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian*”, *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, Vol. 8 No. 1, 2019, Hlm. 22-23

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penyusunan laporan model penelitian kuantitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

1. **Bagian awal**, terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.
2. **Bagian utama**, merupakan inti dari hasil penelitian yang terdiri dari enam bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi mengenai teori yang mendukung penelitian ini diawali dengan grand theory yang menjadi landasan utama materi dalam penelitian ini, selanjutnya terdapat kajian penelitian terdahulu. kerangka konseptual dan hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data,

variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, analisis data

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai hasil penelitian (yang berisikan deskripsi data dan pengujian hipotesis)

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis data

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran atau rekomendasi

- 3. Bagian akhir**, terdiri daftar pustaka, (lampiran-lampiran), surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.