

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri perawatan kulit merupakan pasar yang berkembang pesat, dengan permintaan yang terus meningkat dari konsumen yang semakin sadar akan pentingnya perawatan kulit. Produk *skincare* telah menjadi bagian penting dari rutinitas kecantikan dan kesehatan bagi banyak individu. Dalam persaingan yang ketat di industri ini, merek-merek perawatan kulit harus berupaya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Ashari dalam Herison dkk (2021;1), keputusan pembelian ulang (*repeat purchase*) adalah kegiatan pembelian oleh konsumen yang dilakukan beberapa kali atau secara berulang, dalam penelitian lain Pamungkas dan Widodo (2018) mengatakan keputusan pembelian ulang adalah salah satu cabang dari teori keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian ulang terjadi sesudah konsumen melewati langkah pembelian yang terdiri dari identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi *alternatif* atau pilihan, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga yang kompetitif dapat menarik minat konsumen, sementara harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen mempertimbangkan opsi lain. Selain itu, harga juga dapat memberikan persepsi nilai produk. Konsumen cenderung membandingkan harga dengan manfaat yang mereka terima dari produk *skincare* The Originote dengan merek-merek pesaing lainnya sebelum membuat keputusan pembelian. Survei yang telah peneliti lakukan kepada pengguna *skincare*

terdapat beberapa informasi yang peneliti temukan diantaranya adalah harga, dimana harga mempengaruhi minat beli ulang konsumen terhadap suatu produk konsumen mengatakan lebih memilih alternatif harga yang lebih murah dengan kualitas sama dibanding dengan harga yang mahal dengan kualitas yang sama. Buku Indrasari (2019) Harga produk atau jasa sangat berperan dalam menentukan permintaan di pasar. Harga dapat mempengaruhi posisi pesaing dan bagian pasar yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, harga juga memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan.

Citra merek mencerminkan persepsi dan asosiasi yang dimiliki konsumen terhadap merek. Citra merek yang kuat dan positif dapat memberikan keuntungan kompetitif kepada merek *skincare* The Originote. Konsumen yang memiliki persepsi positif terhadap merek ini, seperti kualitas yang baik, bahan alami, dan hasil yang efektif, cenderung memiliki minat beli ulang yang tinggi. Selain itu, citra merek yang positif juga dapat meningkatkan loyalitas konsumen, menghasilkan rekomendasi positif, dan memperluas jangkauan merek di kalangan konsumen potensial, survei yang peneliti lakukan kepada pengguna *skincare* mereka sangat memperhatikan citra merek sebuah produk dikarenakan keamanan dan kualitas sebuah produk mereka menilai melalui citra merek produk. Menurut Henry dalam Maharani (2018) ketika seorang konsumen melakukan evaluasi terhadap merek mereka cenderung untuk membeli merek yang memberikan tingkat kepuasan tertinggi. Seorang pemasar akan berusaha keras untuk mengukur niat melakukan pembelian dari konsumen serta mengetahui faktor-faktor apa saja yang

mempengaruhi niatan tersebut. Dan berharap konsumen akan melakukan pembelian ulang.

Kualitas produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat beli ulang, konsumen yang puas dengan kualitas produk *skincare* The Originote cenderung memiliki minat yang tinggi untuk membeli kembali produk tersebut. Kualitas produk dapat dipengaruhi oleh Kinerja, Keistimewaan produk, Keandalan, Kesesuaian, Ketahanan, Kemampuan, Kualitas yang dirasakan Nugrahanto dkk (2015), mengemukakan bahwa produk yang baik diharapkan mampu meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian dan menumbuhkan kepuasan sesudah mengkonsumsi produk itu. Ketika konsumen terpuaskan oleh kualitas produk maka pelanggan akan melakukan pembelian berkelanjutan pada merek yang sama.



(sumber: *skincare the originote*, 2023)

Gambar 1.1
Skincare The Originote

Skincare The Originote saat ini sedang viral sebagai brand *Skincare* yang terjangkau daripada kompetitornya, brand ini termasuk baru launching, saat ini para beauty enthusiast banyak mengendorse produk The Originote tersebut. Dari penyampaian uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk**

Terhadap Minat Beli Ulang *Skincare* The Originote Pada Masyarakat Kota Tanjungpinang”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian diatas yang telah diuraikan, dapat diambil kesimpulan identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Harga produk *skincare* saat ini mengalami kenaikan.
2. Konsumen lebih memilih merek lain karena tingginya persaingan bisnis kecantikan.
3. Kurangnya kepuasan yang dirasakan konsumen untuk membeli kembali.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ulang?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli ulang?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang?

1.4 Pembatasan masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini terfokus pada variabel Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk *Skincare* The Originote.

1.5 Tujuan Penelitian

Dari uraian permasalahan diatas tujuan penelitian yang ingin dicapai:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ulang *skincare* The Originote.

2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang *skincare* The Originote.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang *skincare* The Originote.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim UMRAH
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat serta memberikan kontribusi sebagai masukan dalam mengambil keputusan yang terkait dengan harga, citra merek, dan kualitas produk.
2. Bagi Prodi Manajemen
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat serta memberikan kontribusi sebagai masukan dalam mengambil keputusan yang terkait dengan harga, citra merek, dan kualitas produk.
3. Bagi Peneliti
Hasil dari penelitian ini sebagai bahan acuan untuk dapat menyelesaikan tugas akhir dalam mendapatkan gelar sarjana dan menambah wawasan serta pemahaman peneliti mengenai harga, citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli ulang produk *skincare* The originote.
4. Bagi Pembaca
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi harus mengacu pada sistematika yang telah

ditentukan agar skripsi yang dibuat teratur dan terarah. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini yang berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Berisikan teori yang mendukung analisis dan pembahasan. Dalam bab ini juga membuat review penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, pengembangan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini berisikan tentang objek dan ruang lingkup penelitian, metode penelitian, operasional variabel penelitian, metode penentuan populasi dan sampel, prosedur pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang deskripsi unit analisis atau observasi dan hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dan saran dalam penelitian ini.