

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era modern ini, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya untuk kaum wanita. Bagi wanita khususnya penampilan merupakan hal yang harus diperhatikan, karena wanita selalu ingin tampil cantik di depan orang lain. Perawatan kulit dan wajah merupakan salah satu kebutuhan utama wanita modern yang akan menunjang aktifitasnya. Keindahan tubuh, terutama pada kulit wajah sangat diinginkan bagi semua kalangan, baik wanita maupun pria. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak klinik-klinik kecantikan yang menawarkan produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan kecantikan.¹

Klinik-klinik kecantikan yang muncul saat ini tidak hanya menawarkan jasa perawatan yang dapat dilakukan konsumen saat berada di klinik saja, akan tetapi juga menawarkan produk-produk sebagai kelanjutan dari perawatan yang dilakukan di klinik agar konsumen mendapatkan hasil sesuai dengan yang diinginkannya.

Banyak produk kecantikan dan perawatan dokter yang ditawarkan di pasaran, dengan berbagai macam merek, salah satunya adalah produk Muntira *Total Health Skin CareSolution*. Muntira *Total Health Skin CareSolution* merupakan *brand* kosmetik kecantikan pertama yang di bawah label syariah, dan memiliki konsumen yang bisa dibilang tidak sedikit yang mayoritas dari kalangan mahasiswi. Banyak konsumen produk kosmetik biasa yang

¹Vidya Hanesty Purbarani, *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang)*, *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 2 Nomor 3 Tahun 2013, hlm. 1.

belakangan ini marak diberitakan mengandung bahan berbahaya yakni salah satunya merkuri dan *steroid*.²

Muntira *Total Health Skin CareSolution* termasuk produk yang sukses dipasaran. Produk yang sukses dapat diukur melalui tingkat kesuksesan produk tersebut dipasaran. Tingkat kesuksesan produk merupakan seberapa jauh tumbuhnya minat beli, prioritas produk yang dibeli dan keputusan konsumen untuk membeli kembali varian produk tersebut diwaktu lain. Kesuksesan produk dapat tercapai bila perusahaan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya, seperti dukungan pemasaran/promosi, keunggulan produk, dan kegunaan produk. Produk kecantikan yang mempunyai keunggulan yang digunakan untuk aktifitas sehari-hari serta dipromosikan secara gencar diberbagai media adalah produk Muntira *Total Health Skin CareSolution*. Saat ini, hampir sebagian besar masyarakat di Jawa Tengah khususnya di kota Kudus sudah mengenal produk Muntira *Total Health Skin CareSolution*, bahkan masyarakatnya juga banyak yang menggunakan produk tersebut.

Setiap perusahaan tentunya mengharapkan setiap produk yang dijualnya dapat dikategorikan sebagai produk yang unggul dimata konsumen. Karena kiblat perusahaan adalah para langganan dan semua fungsi bekerjasama untuk melayani dan memuaskan konsumen.³ Bila suatu produk mempunyai nilai dimata konsumen, berarti produk tersebut mempunyai keunggulan dipasaran. Selain itu, perusahaan juga harus mampu mengadaptasi siklus hidup produk guna mempertahankan keunggulan produknya dalam dinamika bersaing suatu produk.

Disamping memiliki keunggulan, suatu produk tentunya harus bermanfaat atau berguna bagi konsumen. Suatu produk yang banyak kegunaannya dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk terus melakukan pembelian. Kegunaan produk adalah derajat kepercayaan konsumen bahwa dalam penggunaan produk atau jasa tertentu akan

²<http://www.muntiraskincare.com/>. Diaksespadatanggal 23/11/2016jam 17:13.

³Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran*, STAIN Kudus, Kudus, 2008, hlm. 11.

membawa peningkatan terhadap kinerja pekerjaan.⁴ Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui kemanfaatannya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen, usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi.⁵

Promosi adalah seni untuk merayu calon konsumen atau langganan untuk membeli lebih banyak produk perusahaan. Konsumen dalam hal ini adalah pemakai produk yang dipasarkan, sedangkan langganan adalah pembeli atau calon pembeli yang membeli kembali produk yang pernah dibelinya.⁶ Promosi juga merupakan komunikasi yang efektif terhadap konsumen. Adanya komunikasi yang efektif, bukan saja mendorong pembelian, tetapi dapat berpengaruh lebih jauh lagi, yaitu menimbulkan loyalitas konsumen, karena konsumen merasa diperhatikan.

Muntira *Total Health Skin CareSolution* merupakan salah satu klinik kecantikan yang mempromosikan produknya secara baik. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya konsumen yang berpindah klinik ke klinik Muntira *Total Health Skin CareSolution*. Mereka merasa produk Muntira *Total Health Skin CareSolution* memberikan kepuasan sesuai dengan ekspektasi yang diinginkan oleh konsumennya.

Berdasarkan uraian diatas, mengenai pentingnya memperhatikan suatu produk agar sukses dipasaran, peneliti tertarik untuk menguji pengaruh yang terjadi antara variabel dengan judul **“Pengaruh Promosi, Keunggulan, dan Kegunaan Produk Terhadap Tingkat Kesuksesan Produk (studi pada konsumen Muntira *Total Health Skin Care Solution*)”**.

⁴https://www.academia.edu/11379030/Jurnal_Minat_Merefrensikan_dalam_Proses_Adopsi_Konsumen_Pasca_Masa_Edukasi_Pasar_Fitur. Diakses pada tanggal 18/10/2016 pada jam 10:45

⁵Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 239.

⁶*Ibid.*, hlm. 85.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam menginterpretasikan beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti merasa perlu untuk menjelaskannya sebagai berikut :

1. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Jadi pengaruh merupakan sesuatu yang mampu menjadikan perubahan pada sesuatu yang lain untuk mencapai hasil yang ditentukan atau yang diharapkan.⁷

2. Promosi

Promosi adalah upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut.⁸

3. Keunggulan

Keunggulan diartikan sebagai keadaan (lebih) unggul, keutamaan, kepandaian (kecakapan, kebaikan, kekuatan dsb) yang lebih dari yang lain.⁹

4. Kegunaan

Kegunaan berasal dari kata guna, yang berarti manfaat, faedah dan fungsi.¹⁰

5. Kesuksesan

Kesuksesan dapat diartikan sebagai keberhasilan atau keberuntungan.¹¹ Jadi kesuksesan bisa diartikan titik dimana seseorang berhasil/beruntung meraih sesuatu yang diinginkan.

⁷Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 1991, hlm. 747.

⁸Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Pustaka Setia, Bandung, 2013, hlm. 349.

⁹Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Op.Cit.*, hlm. 1105.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 328.

¹¹*Ibid.*, hlm. 970.

C. Rumusan Masalah

Banyak faktor yang mempengaruhi suatu produk masih bisa bertahan hingga sampai sekarang di pasaran. Hal itu tidak terlepas dari manajemen pemasaran perusahaan tersebut dalam memasarkan produknya, yang dapat mengambil simpati para konsumen untuk membeli produknya tersebut. Selain itu perusahaan juga meyakinkan konsumen bahwa produk yang ditawarkan merupakan suatu produk yang mempunyai nilai manfaat bagi konsumen.

Persaingan yang terjadi antara produsen kecantikan di Indonesia seakan terjadi secara tidak langsung. Persaingan antar produk yang sejenis tidak nampak pada kenyataan yang terjadi dilapangan. Produsen kecantikan seakan berbagi segmen pasar dan menguasai salah satu segmen tersebut. Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah promosi produk berpengaruh terhadap tingkat kesuksesan produk Muntira *Total Health Skin Care Solution*?
2. Apakah keunggulan produk berpengaruh terhadap tingkat kesuksesan produk Muntira *Total Health Skin Care Solution*?
3. Apakah kegunaan produk berpengaruh terhadap tingkat kesuksesan produk Muntira *Total Health Skin Care Solution*?
4. Apakah promosi, keunggulan produk dan kegunaan produk berpengaruh terhadap tingkat kesuksesan produk Muntira *Total Health Skin care Solution*?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah promosi produk berpengaruh terhadap tingkat kesuksesan produk Muntira *Total Health Skin Care Solution*.
2. Untuk mengetahui apakah keunggulan produk berpengaruh terhadap tingkat kesuksesan produk Muntira *Total Health Skin Care Solution*.

3. Untuk mengetahui apakah kegunaan produk berpengaruh terhadap tingkat kesuksesan produk Muntira *Total Health Skin Care Solution*.
4. Untuk mengetahui apakah promosi, keunggulan produk dan kegunaan produk berpengaruh terhadap tingkat kesuksesan produk Muntira *Total Health Skin Care Solution*.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukannya memberikan beberapa kegunaan atau manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan yang berkaitan dengan promosi, keunggulan dan kegunaan produk terhadap tingkat kesuksesan produk serta penelitian ini dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pembandingan bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian di bidang pemasaran dan juga dapat dijadikan acuan untuk penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kesuksesan produk.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pemahaman pokok-pokok pembahasan skripsi, maka penulis akan mendiskripsikan ke dalam bentuk kerangka skripsi.

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir.

1. Bagian Awal

Pada bagian awal terdiri dari : halaman judul, nota persetujuan, nota pengesahan, persembahan, motto, kata pengantar, daftar isi dan daftar tabel.

2. Bagian Isi

Pada bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teori

Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi teori yang meliputi promosi, keunggulan produk, kegunaan produk dan kesuksesan produk. Selain itu juga menjelaskan tentang penelitian terdahulu, kerangka berfikir teoritis dan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis data.

BAB IV : Hasil penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, deskripsi variabel data, hasil uji validitas dan uji reabilitas, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Bab ini berisi tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup pendidikan penulis.