

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kosmetik dalam Negeri tumbuh signifikan sejak tahun 2018, pertumbuhan industri kosmetik yang signifikan ditengah kelesuan daya beli tahun lalu tidak menyurutkan bisnis kosmetik untuk terus bertumbuh (Hidayat, 2018). Pertumbuhan industri kosmetik oleh masyarakat, salah satunya produk kosmetik yang saat ini digemari terutama dikalangan anak muda ialah pomade.

Di Indonesia perawatan rambut menjadi salah satu trend era saat ini tidak di dominasi hanya wanita, para lelaki juga suka menata rambut agar terlihat rapi. Tahukah kamu, salah satu produk hairstyle yang membuat rambut kamu terlihat rapi yaitu “Pomade”. Ada yang belum mengetahui pomade itu apa? Pomade adalah suatu produk kosmetik laki-laki yang digunakan untuk menata rambut. Pomade tidak hanya membuat rambut menjadi lebih rapi, tetapi juga membuat rambut lebih klimis (Zain, 2019)

Pomade merupakan suatu kosmetik yang masuk dalam kategori Oilbase Medium Hold yang sedang diminati para pria untuk dapat membuat penampilan rambut yang rapi. Fenomena menggunakan pomade khususnya di Indonesia, akhir-akhir ini mengalami peningkatan yang sangat signifikan dikarenakan berbagai gaya atau penampilan rambut dunia yang digunakan oleh orang-orang terkenal yang sangat mempengaruhi pemikiran para remaja bahkan dewasa dalam penampilan. Selain itu efek

tahan lama dan bersinar atau klimis dari kosmetik yang pertama kali muncul pada awal abad ke 19 ini menjadi alasan mengapa kini para lelaki kembali beralih produk pomade (Zain, 2019)

Di Jombang Jawa Timur terdapat UKM, salah satunya UKM Store Humans Pomade di Jombatan Kepanjen Jombang. Bahan utama membuat humans pomade yaitu lilin madu, minyak kelapa, lempung bentonit, minyak essensial, minyak zaitun dan minyak almond cara pembuatannya juga mudah dengan cara mencairkan bahan utama, jenis pomade terbagi menjadi 7 jenis kategori :

1. Oilbase Medium Hold kegunaannya dapat membuat penampilan rambut yang rapi
2. Oilbase Hight Shine kegunaannya untuk memiliki daya tahan kekakuan yang lebih tinggi
3. Oilbase Strong Hold kegunaannya dapat menata rambut dengan tingkat kekakuan paling ekstrim
4. Hair Matte Clay kegunaannya untuk rambut lebih bervolume dan bertekstur
5. Waterbase Strong Hold kegunaannya untuk rambut berminyak dan strong hold
6. Oilbase Hair Glow kegunaannya untuk lebih berminyak dan mudah dibersihkan
7. Humans Hair Tonic manfaatnya untuk kesehatan rambut.



Gambar 1.1 Humans Pomade

Sumber : Instagram.com

Berikut data penjualan UMKM Store Humans Pomade periode 2018-2021 :

Tabel 1.1

Data Penjualan Humans Pomade Periode 2018-2021

No	Tahun	Penjualan
1	2018	800 Kaleng Pomade
2	2019	750 Kaleng Pomade
3	2020	1.930 Kaleng Pomade
4	2021	2.300 Kaleng Pomade

Sumber : (Humans Pomade, 2018)

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa terdapat peningkatan penjualan tahun 2018 sebesar 800 kaleng pomade, pada tahun 2019 mengalami penurunan penjualan sebesar 750 kaleng pomade. Pada tahun 2020 mengalami peningkatan penjualan sebesar 1.930 kaleng pomade. Dan

pada tahun 2021 Humans Pomade Jombang juga mengalami tingkat penjualan sebesar 2.300 kaleng pomade.

Fenomena ketatnya persaingan mengancam berbagai usaha, dimana disetiap pelaku usaha selau ingin menjadi yang terdepan dan pemenang di usahanya masingmasing. Oleh karena itu setiap pelaku usaha dituntut untuk lebih kreatif. Selain itu mereka juga dituntut agar lebih giat dalam memperkenalkan produknya kepada konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli. Salah satunya melalui sebuah iklan.

Iklan dapat menentukan sebuah perusahaan apakah memiliki banyak pelanggan atau tidak, karena iklan merupakan alat komunikasi yang dapat memberikan informasi kepada pelanggan. Sebuah iklan yang menarik pasti dapat menarik minat pelanggan untuk membeli produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat ahli menurut (Moriarty, Mitchel, dan Well, 2011) menyatakan “iklan (Advertising) adalah jenis suatu komunikasi pemasaran yang mengacu kepada semua bentuk teknik komunikasi yang digunakan untuk pemasaran untuk menjangkau konsumennya dan menyampaikan pesannya. Cara itu dapat dimulai dari penggunaan PR dan Promosi penjualan sampai pemasaran langsung, acara dan sponsor , pengemasan dan , penjualan personal’.

Dari bidang periklanan mereka telah membuat iklan untuk menarik konsumennya salah satunya melalui iklan baik dari media sosial atau pun media cetak. Media sosial yang mereka gunakan ada instagram dan youtube. Untuk produk pomade yang sebagian besar pangsa pasarnya anak muda,

media sosial ini bisa di gunakan sebagai media periklanan yang tepat, karena untuk saat ini media sosial banyak digunakan oleh anak muda. Dengan menciptakan sebuah iklan yang menarik mereka dapat menarik konsumennya. Selain melalui media sosial mereka juga melakukan iklan melalui media cetak dengan membuat iklan di majalah membuat brosur dan lain-lain.

Demi menciptakan sebuah citra merek yang baik di mata konsumennya mereka melakukan berbagai cara agar terlihat sebagai citra merek yang memiliki persepsi positif di mata konsumennya. Mulai dari toko mereka mereka menata toko mereka sedemikian rupa terlihat rapi dan tampak klasik karena mereka ingin membuat image klasik dan glamour. Namun walau pun tampilan mereka tampak mewah sebenarnya mereka menciptakan harga yang relatif murah dibandingkan pomade luar negeri yang memiliki harga yang cukup mahal. Jadi branding yang mereka lakukan adalah tampilan tampak mewah namun produk dengan harga yang tetap terjangkau dan juga kualitas yang baik pula.

Menurut (Keller dalam Ismail, 2012) citra merek adalah persepsi atau kesan tentang suatu merek yang direfleksikan oleh sekumpulan asosiasi yang menghubungkan pelanggan dengan merek yang di ingatnya. Kecenderungan saat ini para konsumen juga memperhatikan citra dari merek sebuah produk dalam setiap pengambilan keputusan.

Tabel 1.2

Hasil Pra Survey Barber Shop di Jombang

No.	Daftar Pertanyaan	Jawaban Responden
------------	--------------------------	--------------------------

		Setuju	Tidak Setuju
1.	Saya mengenal humans pomade dari iklan	66,7%	33,3%
2.	Setelah saya melihat iklan humans pomade, humans pomade menjadi alternatif pilihan minyak rambut	66,7%	33,3%
3.	Harga humans pomade sangat terjangkau	80%	20%
4.	Humans pomade sesuai dengan keinginan saya	73,3%	26,7%
5.	Saya membeli humans pomade karena sesuai dengan kebutuhan minyak rambut saya	80%	20%

Sumber: data primer 2021

Berdasarkan tabel 1.2 hasil pra survey diatas menunjukkan bahwa 66,7% konsumen mengenal humans pomade dari iklan 66,7% konsumen melihat iklan humans pomade dan menjadikan humans pomade menjadi alternatif minyak rambut, 80% konsumen merasa senang dengan harga humans pomade yang sangat terjangkau, 73,3% konsumen puas karena sesuai dengan keinginan mereka, dan 80% konsumen cenderung membeli humans pomade karena sesuai dengan kebutuhan minyak rambut. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang pernah membeli humans pomade di barber shop Jombang cenderung melakukan keputusan pembelian.

Dari uraian di atas maka perlu dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh efektifitas dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian humans pomade di UMKM pomade store Jombang, maka peneliti mengambil judul **“PENGARUH EFEKTIFITAS PERIKLANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HUMANS POMADE”**.

1.2 Rumusan Masalah

Mengingat penggambaran yang telah direferensikan pada bagian latar belakang, maka dapat diambil uraian permasalahan dalam kajian ini secara rinci, yaitu:

1. Apakah efektifitas periklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Pomade Store Di Jombang?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pomade Store Di Jombang?

1.3 Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan pembahasan dan kejelasan data yang akan dibahas dan dikumpulkan penelitian ini ditujukan kepada konsumen yang telah membeli pomade. Batasan masalah dari penelitian ini adalah efektifitas periklanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk pomade merek humans di toko Store Pomade di Jombang.

1.4 Tujuan Masalah & Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh efektifitas periklanan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Pomade Store Jombang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada UMKM Pomade Store Jombang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui pengaruh efektifitas periklanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat menjadikan masukan dan bahan pertimbangan untuk menentukan strategi pemasaran di masa yang akan datang.

2. Teoritis

Penelitian ini diandalkan sebagai mekanisme untuk menerapkan ide-ide hipotetis yang telah didapat dalam perkuliahan serta memperluas informasi tentang informasi melalui berbagai penemuan di bidang yang belum terungkap, terutama dalam hal promosi dan citra merek untuk meningkatkan pilihan pembelian.