

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Banyak alasan mengapa orang mengecat rambutnya. Dari hanya sekedar coba-coba, mengikuti mode atau bahkan menutupi uban yang mulai tampak di kepala mereka. Mulai dari sekedar *highlight* hingga cat rambut permanen (*permanent colouring*). Dan ternyata masalah cat – mengecat ini tidak hanya dilakukan oleh wanita, pria juga ternyata juga menggemari hal yang satu ini. Hanya saja bedanya adalah sebagian besar wanita mengecat rambutnya dengan alasan *mode* atau *fashion*, maka para pria melakukannya untuk menutupi uban.

Meski pewarnaan rambut belum menjadi bagian gaya hidup kebanyakan perempuan di Indonesia, faktanya semakin banyak perempuan Indonesia yang mewarnai rambut. Di Jepang mewarnai rambut sudah menjadi bagian gaya hidup perempuan muda, bahkan sejak remaja. Berbagai alasan yang membuat perempuan di Jepang mewarnai rambutnya, tak sekedar merawat atau menata rambut di salon. Tampil menarik dengan gaya yang diinginkan menjadi tujuan utamanya.

Pewarna rambut adalah cara yang di gunakan dalam tat aria rambut baik untuk mengembalikan warna asalnya / menutupi uban atau untuk membuat warna lain (mode). Ada dua cara pewarnaan rambut yaitu secara langsung ataupun tidak langsung. Pewarnaan rambut secara langsung adalah pewarnaan rambut menggunakan semir rambut atau pewarna rambut yang dapat digunakan secara langsung pada rambut tanpa mencampur bahan pewarna rambut terlebih dahulu. Pewarna rambut tidak langsung adalah pewarna rambut menggunakan semir

rambut atau pewarna rambut yang terdiri dari dua macam pewarna yaitu campuran pewarna utama dan pembangkit warna yang dicampur sesaat sebelum digunakan untuk menyemir rambut (pewarnaan rambut).

Berdasarkan daya lekat zat warna pewarnaan rambut dapat di bedakan menjadi 3 golongan, yaitu :

1. Pewarnaan rambut secara temporer.

Pewarnaan rambut secara temporer adalah pewarnaan rambut yang sifatnya sebentar atau sementara dan mudah dihilangkan dengan keramas menggunakan shampoo. Bahan pewarna melapisi rambut bagian luar karena adanya gaya kohesi dengan perantaraan minyak / lemak , adhesi polimer resin dan polimer gel larut. Produk pewarna rambut sementara tidak mengandung ammonia sehingga batang rambut tidak terbuka selama proses pewarnaan dan warna alami rambut tetap bertahan ketika rambut dikeramas menggunakan shampoo.

Tes kepekaan pada kulit tidak perlu dilakukan bila zat warna yang digunakan adalah zat warna yang diizinkan dalam kosmetik. Bentuk pewarna rambut yang digunakan untuk pewarnaan rambut temporer biasanya cairan, spray, atau serbuk. Bahan pewarna rambut yang digunakan pada pewarnaan rambut temporer adalah pewarnaan basa, pewarna terdispersi, pewarna asam, pigmen atau bahan pewarna logam. Bahkan pewarna tersebut umumnya tergolong dalam senyawa *azo*, *antrakinon*, *trifenilmetan*, *fenazin*, *xantin* atau *benzokinonsimin*.

2. Pewarnaan rambut secara semi permanen

Pewarnaan rambut secara semi permanen adalah pewarnaan rambut yang memiliki daya lekat tidak terlalu lama, biasanya akan hilang setelah 4-5 kali keramas menggunakan shampo. Daya penetrasi zat warna digunakan dalam pewarnaan rambut semi permanen biasanya sangat terbatas, pewarna rambut berpemeasi kedalam kutikula dan korteks dan warna diserap rambut dengan mekanisme ikatan ionic. Untuk pewarnaan rambut golongan ini biasanya lebih banyak digunakan sediaan pewarnaan rambut langsung dibandingkan dengan sediaan pewarna rambut dengan bahan bentuk warna.

Beberapa bahan pewarna ini juga digunakan dalam pewarnaan rambut permanen. Bahan pewarnaan rambut yang digunakan pada pewarnaan rambut semi permanen umumnya termasuk dalam golongan senyawa *Nitrofenilendiamin*, *Nitroaminifenol*, *Aminoantrakinon*.

3. Pewarnaan rambut secara permanen

Pewarnaan rambut secara permanen ini mempunyai daya lekat jauh lebih lama dan akan tetap melekat pada rambut hingga pertumbuhan rambut selanjutnya dan rambut yang terkena cat dipotong, dilunturkan dengan proses pemucatan rambut atau dilunturkan menggunakan penghilang cat rambut. Pewarna rambut permanen disajikan dalam 2 bagian yaitu bagian pertama merupakan campuran warna intermediet dan bagian kedua adalah larutan pembangkit warna seperti *hydrogen peroksida* atau serbuk *peroksida*. Pada saat akan dipakai kedua bagian tersebut dicampur. Proses pewarnaan rambut ini menggunakan zat warna oksidasi yang tidak

berwarna (*perkursor*) tetapi akan berubah secara insitu dalam rambut melalui serangkaian reaksi kimia. Mekanismenya adalah oksidasi dan kopling atau kondensasi pada pH basa yang biasanya menggunakan ammonia dan oksidator biasanya menggunakan hydrogen peroksida .

Bahan pewarna rambut permanen sebagian besar yang digunakan adalah bahan pewarna oksidasi. Untuk pewarnaan rambut ini diperlukan 4 tipe zat kimia untuk menghasilkan pewarnaan permanen yaitu :

- Zat pewarna intermediet
- *Coupler*
- Oksidator (biasanya hydrogen peroksida)
- Senyawa pembentuk basa (biasanya ammonia)

Ada beberapa kelebihan dan kekurangan dalam mewarnai rambut yang bisa kita ketahui.

Kelebihan mewarnai rambut :

1. *Stylish Look*

Mengecat rambut bisa membuat kita kelihatan gaya dan *stand out* . Apalagi sekarang banyak pilihan warna yang sangat beragam.

2. *Choose Your Own Colour*

Warna rambut tertentu bisa membuat wajah terlihat lebih cerah dan warna rambut tertentu bisa menonjolkan kepribadian kita , misalnya rambut merah yang bisa membuat kita terlihat lebih berani.

3. *More Volume Hair*

Pewarnaan rambut bisa membuka kutikula yang membuat rambut terlihat menjadi lebih tebal, *stylish*, dan bervolume.

4. *Increase Self Confidence*

Pada intinya apabila warnanya cocok, *hair dying can enhance our overall appearance*. Berdasarkan penelitian di *Nottingham Trent University* di Inggris mengatakan bahwa wanita yang mewarnai rambut tampil lebih percaya diri.

Kerurangan mewarnai rambut :

1. *Damaged Hair*

Terlalu sering mewarnai rambut menyebabkan rambut menjadi kering dan rusak. Rambut bisa bercabang dan mati akibat kandungan bahan kimia yang terdapat pada cat rambut. Rambut pun susah kembali ke warna aslinya. Jadi butuh perawatan super apabila ingin mewarnai rambut.

2. *Wrong Colour*

Hal ini banyak sekali di khawatirkan para wanita yang ingin mewarnai rambutnya. Terkadang warna cat di sample hasilnya berbeda pada saat dipakai di rambut atau terkadang warna yang kita pilih ternyata tidak cocok dengan warna kulit kita.

3. *Continous Treatment*

Sekali mengecat rambut kita harus melakukannya berulang-ulang, karena pada saatt rambut kita tumbuh akan berbeda dengan warna rambut yang sudah di cat. Selain itu banyak juga perawatan yang musti kita lakukan

supaya rambut tidak rusak dan pastinya mengeluarkan banyak uang untuk itu.

4. *Allergic Reaction*

Satu hal yang harus diingat sebelum mewarnai rambut, *hair dying causes allergy to some people*. Alergi ini menyebabkan reaksi pada kulit wajah, dan bisa menyebabkan pembengkakan pada wajah. Sebelum melakukan pengecatan sebaiknya melakukan test terlebih dahulu dengan mengoleskan pewarna rambut di belakang telinga apabila sampai 2 hari tidak terjadi apa-apa berarti aman.

Miranda Hair Color adalah salah satu pewarna rambut yang saat ini beredar di Indonesia. Melihat peluang meningkatnya daya tarik pewarnaan rambut di Indonesia yang semakin tinggi produk ini terus mengembangkan produknya. Miranda Hair Color Saat ini tersedia dalam 2 ukuran kemasan, yaitu kemasan 30 ml dan kemasan premium 60 ml.

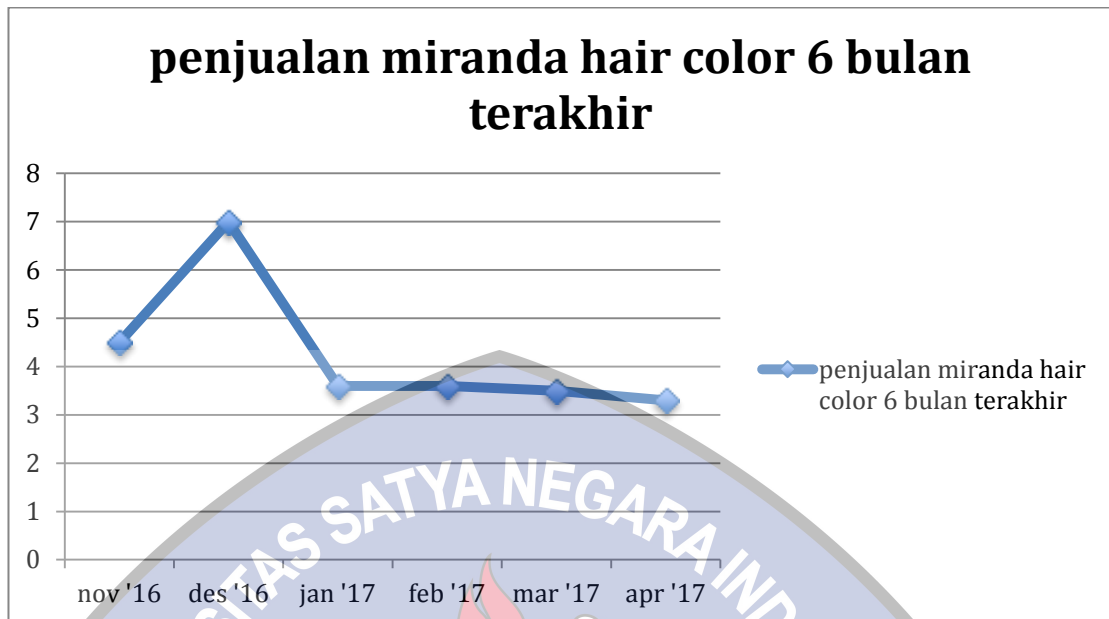
Saat ini banyak terdapat berbagai merk pewarna rambut yang beredar di pasaran. Mulai dari harga sampai kualitas yang terbaik kini mudah di dapatkan di toko-toko ataupun salon-salon kecantikan. Berikut adalah beberapa jenis cat rambut yang beredar di pasaran selain Miranda Hair Color :

1. *Etude Hot Style Bubble Hair Coloring*
2. *Hot Huez Temporary Hair Chalk*
3. *BSY Noni Black Hair Magic*
4. *Revlon Colorsilk Beautiful Color*
5. *Manic Panic*

6. *Etude House Hot Style Salon Cream*
7. *Bigen Speedy*
8. *Rire Quick Hair Tint Brush*
9. *Garnier Color Naturals*
10. *L'oreal Paris Excellence Crème Hair Color*
11. *Matrix Wonder Light*
12. *Beauvrys Hair Color Cream*
13. *Holika Holika Angel's Ring Buble Hair Color*
14. *Miratone Cond Cream Color*
15. *Samantha*
16. *Marimar Hair Color*
17. *Cultusia*

Banyaknya pilihan pewarna rambut yang ada saat ini membuat daya persaingan pasar sangat tinggi. Berbagai jenis promosi terus dilakukan untuk mengenalkan dan meningkatkan penjualan produk Miranda Hair Color. Diantaranya adalah dengan memberikan harga khusus atau turun harga pada momen-momen tertentu, mengadakan acara cat rambut gratis dengan syarat membeli produk Miranda Hair Color dengan jumlah tertentu serta mengikuti beberapa even-even besar pameran pewarna rambut.

Persaingan yang ketat yang terjadi saat ini menyebabkan terjadinya penurunan penjualan dari produk “ Miranda Hair Color “. Hal ini yang menjadi latar belakang dari penelitian ini. Berikut adalah diagram penjualan Miranda Hair Color 6 bulan terakhir :



Sumber : Data Primer 2017

Gambar 1.1
Data penjualan Miranda Hair Color

Dari data diatas dapat dilihat data penjualan Miranda Hair Color yang terus menurun tiap bulannya. Sejalan dengan hal diatas, peneliti tertarik untuk meneliti apa saja yang dapat menyebabkan pelanggan ingin melakukan pembelian ulang produk Miranda Hair Color meskipun banyak produk lain yang mempunyai harga dan merek yang lebih terkenal dari Miranda Hair Color. Selanjutnya hasil dari penelitian ini , akan dituangkan dalam skripsi yang berjudul “ **PENGARUH MEREK , HARGA TERHADAP KEINGINAN PEMBELIAN ULANG DAN PENGARUH NILAI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK MIRANDA HAIR COLOR** ”

Dalam melakukan penelitian ini, responden yang akan diteliti adalah orang yang merupakan pelanggan dari produk Miranda Hair Color terutama dari

pelanggan wanita , dimana pelanggan wanita merupakan pemakai pewarna rambut lebih besar dari pada jenis kelamin pria.

Tabel 1.1
Research Gap

| Variabel | Peneliti | Hasil Penelitain |
|---------------------------|--------------------------------|--|
| Merek | Ike Kusdyah (2015) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| | Sanda Amida Dike Rosica (2016) | Berpengaruh terpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| | Yesy Apriyani (2012) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| | Laurensia Hanjani Putri (2016) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| Harga | Ike Kusdyah (2015) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| | Sanda Amida Dike Rosica (2016) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| | Yesy Apriyani (2012) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| | Laurensia Hanjani Putri (2016) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| Nilai | Ike Kusdyah (2015) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| | Sanda Amida Dike Rosica (2016) | Tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| | Yesy Apriyani (2012) | Tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| | Laurensia Hanjani Putri (2016) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| Keputusan Pembelian Ulang | Ike Kusdyah (2015) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| | Sanda Amida Dike Rosica (2016) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| | Yesy Apriyani (2012) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |
| | Laurensia Hanjani Putri (2016) | Berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang |

Sumber: Data Diolah Penulis, 2017

1.2 Rumusan Masalah

Keinginan pembelian ulang merupakan bentuk dari loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Ini penting untuk eksistensi sebuah perusahaan agar tetap bertahan dan mampu bersaing dengan para kompetitornya.

Minat pembelian ulang menunjukkan keinginan pembeli untuk melakukan kunjungan ulang di masa yang akan datang. Perilaku pembelian ulang seringkali dikaitkan dengan loyalitas, namun keduanya berbeda. Perilaku pembelian ulang hanya menyangkut pembelian ulang merek tertentu yang sama secara berulang-ulang, sedangkan loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu.

Adapun masalah dari penelitian ini adalah “apakah merek dan harga akan mempengaruhi keinginan pembelian ulang produk Miranda Hair Color dan pengaruh nilai sebagai variable intervening?”. Selanjutnya untuk menjawab pertanyaan pada penelitian tersebut, akan digunakan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh merek terhadap nilai pada produk Miranda Hair Color?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap nilai pada produk Miranda Hair Color?
3. Apakah terdapat pengaruh merek terhadap keinginan pembelian ulang produk Miranda Hair Color?
4. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keinginan pembelian ulang produk Miranda Hair Color?

5. Apakah terdapat pengaruh nilai terhadap keinginan pembelian ulang produk Miranda Hair Color?

1.3 Batasan Masalah

1. Penulis membatasi penelitian hanya pada variabel merek, harga, dan nilai pada keputusan pembelian ulang produk Miranda Hair Color Di Jakarta.
2. Objek penelitian dilakukan oleh penulis yaitu berlokasi di wilayah penjualan Jakarta Maret – Mei 2017.

1.4 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh merek terhadap nilai pada produk Miranda Hair Color.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap nilai pada Produk Miranda Hair Color.
3. Untuk mengetahui pengaruh merek terhadap keinginan pembelian ulang pada produk Miranda Hair Color.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keinginan pembelian ulang pada produk Miranda Hair Color.
5. Untuk mengetahui pengaruh nilai terhadap keinginan pembelian ulang pada produk Miranda Hair Color.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang tersebut diatas, maka penelitian ini dapat memberikan manfaat :

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai suatu aplikasi penerapan ilmu yang telah di dapat selama perkuliahan, khususnya dibidang pemasaran. Dan hal ini sangat memperluas wawasan serta bekal bagi peneliti dikemudian hari.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan kepada pihak perusahaan akan pentingnya persepsi harga, persepsi merek, dan persepsi nilai dapat digunakan sebagai alat untuk melihat apakah terdapat pengaruhnya terhadap keinginan pembelian ulang pelanggan terhadap produk yang dijual oleh perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat mengevaluasi strategi dan menyiapkan strategi baru untuk kedepannya.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi perpustakaan untuk menambah pengetahuan, serta dijadikan sebagai perbandingan penelitian bagi penelitian yang memiliki objek penelitian yang sama. Selain itu juga dapat dijadikan acuan bagi mahasiswa semester bawah sehingga dapat menambah semangat belajar dan meneliti lebih lanjut.