

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kaum hawa dan kosmetik adalah layaknya mata pedang dan sarungnya yang tak terpisahkan. Ini terlihat dari makin berjubelnya kategori produk kosmetik yang ditujukan untuk kaum perempuan. Sejalan dengan perkembangan jainan, setiap lekuk-lekuk tubuh wanita pasti ada produk kosmetiknya. Singkatnya, dari ujung rambut hingga ke ujung kaki tidak terlewatkan dari sentuhan kosmetik.

Dalam diri seorang wanita bibir merupakan salah satu bagian terindah dengan daya tarik luar biasa. Selain itu bibir juga merupakan salah satu bagian terpenting dalam tata rias wajah, seorang wanita jangan pernah meremehkan bagian tubuh yang satu ini, dan jangan cuma mengandalkan pesona karena bibir merupakan bagian yang sensitive dimata pria, maka dewasa ini siapa yang tidak mengcnal lipstik. Pemerah bibir atau lipstik ini hampir selalu ada dalam tas seorang wanita dan melengkapi aktivitas wanita dimana saja.

Namun para ahli kecantikan mengatakan bahwa lipstik hanyalah penunjang penampilan luar, karena setiap wanita terlahir dengan keunikan dan kecantikan masing masing, dengan fisik yang berbeda beda dan dengan bentuk bibir yang berbeda pula, tetapi jika pemilihan lipstik yang dilakukan tepat maka akan membuat penampilan seorang wanita menjadi lebih bersinar. Wanita harus berhati-hati dalam memilih lipstik yang sesuai dengan wajah

nnaupun karakter yang diinginkannya dan cara-cara pengaplikasiannya termasuk tingkat kepentingan serta fungsi pemakaiannya.

Dewasa ini, variasi lipstik sangat banyak di jumpai mulai dari segi merek, warna maupun kandungan vitamin yang terkandung didalamnya. Konsumen membutuhkan banyak pertimbangan dan mungkin membutuhkan bantuan orang lain atau *beauty adviser* yang disediakan oleh perusahaan-perusahaan dalam memilih lipstik yang cocok dengan kebutuhan konsumen. Dengan tersedianya "*beauty adviser*" memungkinkan konsumen untuk berkonsultasi sehingga mendorong konsumen untuk terlibat lebih jauh dalam memilih lipstik yang tepat.

Melihat dari pentingnya keterlibatan konsumen dan bertolak dari latar belakang alasan di atas, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Keterlibatan Konsumen Terhadap Pemilihan Produk Lipstik Revlon Di Yogyakarta"**.

B. Batasan Masalah

Keterlibatan konsumen adalah minat konsumen terhadap perolehan, konsumsi, dan disposisi barang, jasa atau ide. Dengan semakin meningkatnya keterlibatan, konsumen memiliki motivasi yang lebih besar untuk memperhatikan, memahami, dan mengkolaborasikan informasi tentang pembelian.

Untuk menjadikan penelitian ini tidak terlalu melebar atau kompleks maka penulis membatasi masalah yang ada, sehingga penelitian ini terarah.

Pembatasan masalah yang ada yaitu :

1. Produk yang diteliti adalah lipstik merek Revlon.
2. Responden yang diteliti adalah pengguna lipstik merek Revlon yang berdomisili di Yogyakarta.
3. Variabel keterlibatan konsumen yang diteliti adalah variabel kesenangan, fungsi, simbol, nilai dan pengaruhnya terhadap pemilihan lipstik merek Revlon oleh konsumen di Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah digunakan sebagai acuan dalam menjawab hasil dari analisis data. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah ;

1. Bagaimana pengaruh variabel keterlibatan konsumen yang meliputi variabel kesenangan, fungsi, simbol, dan nilai terhadap pemilihan lipstik merek Revlon di Yogyakarta?
2. Variabel keterlibatan konsumen apa yang paling dominan mempengaruhi pemilihan lipstik merek Revlon di Yogyakarta?

D. Tujuan

Tujuan dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel keterlibatan konsumen yang meliputi variabel kesenangan, fungsi, simbol, dan nilai dalam pemilihan lipstik merek Revlon di Yogyakarta.
-

2. Untuk mengidentifikasi variabel keterlibatan konsumen yang paling dominan mempengaruhi pemilihan lipstik merek Revlon di Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan konsep ilmu pengetahuan maupun penelitian mengenai keterlibatan konsumen.

2. Manfaat Praktek

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi manajemen perusahaan lipstik merek Revlon untuk mengetahui variabel keterlibatan konsumen yang mempengaruhi pemilihan produknya.
