

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Ditengah perkembangan era digital yang pesat ini, media sosial menjadi kunci penting dalam menggerakkan aktivitas kehidupan sehari-hari. Media sosial seringkali digunakan sebagai sarana pencarian informasi, namun kini semakin banyak diminati oleh banyak perusahaan sebagai sarana hiburan, alat komunikasi, bahkan jembatan promosi jasa. Selain itu, kemunculan media sosial kini cenderung menjadi fenomena yang dicari para pelaku bisnis untuk mempromosikan produk dan layanannya. Tiktok merupakan salah satu platform media sosial terpopuler saat ini dan digunakan sebagai platform pemasaran oleh banyak bisnis, terutama melalui *endorsement* dari *influencer* dan selebriti digital dengan pengikut yang banyak.

Dunia bisnis terus mengalami perkembangan yang sangat cepat. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mampu menyikapi dan memuaskan kebutuhan konsumen secara kompetitif sesuai dengan perkembangan saat ini, guna merangsang keinginan untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan. Salah satu bisnis yang saat ini mengalami perkembangan pesat adalah industri kecantikan. Dalam beberapa tahun terakhir, produk kecantikan semakin beragam, baik dari segi jenis produk, keunggulan produk, hingga merek yang tersedia.

Salah satu kategori perawatan kulit atau biasa disebut *skincare*. *Skincare* merupakan serangkaian produk yang dirancang untuk menjaga kemurnian dan kesehatan kulit serta memberikan manfaat dimasa depan. Hal ini berbeda dengan kosmetik yang langsung terasa efeknya setelah diaplikasikan, *skincare* memerlukan waktu dan penggunaan terus menerus agar dapat memberikan efek. Saat ini *skincare* di Indonesia semakin berkembang dan peminatnya pun semakin meningkat di semua kalangan. Dengan banyaknya merek situasi ini untuk menawarkan produknya dan bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen. Salah satunya adalah The Originote.

The Originote merupakan *brand skincare* lokal yang didirikan pada tahun 2022 yang telah memiliki beberapa rangkaian *skincare* untuk segala permasalahan kulit dan dapat digunakan mulai usia 13 tahun (remaja). Harga yang terjangkau produk The Originote, terdaftar di BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan tidak mengandung merkuri zat berbahaya bagi kulit. Salah satu produk terbaik The

Originote adalah Moisturizer. Moisturizer The Originote merupakan produk kecantikan yang populer dikalangan anak muda di Kota Depok khususnya kecamatan sukrajaya dikalangan perempuan.



Gambar 1.1 Data produk pelembab wajah terlaris
Sumber : compas.co.id

Dari diatas terlihat bahwa produk Moisturizer The Originote menjadi produk pelembab wajah terlaris di *e-commerce* pada Bulan Januari 2023. Kebutuhan konsumen akan pelembab wajah tidak bisa dihindari. Keputusan pembelian konsumen didasarkan pada keinginan dan kebutuhannya terhadap suatu produk. Hal ini dievaluasi berdasarkan manfaat produk dan kriteria penting yang dihargai konsumen dan menjadi dasar pengambilan keputusan mereka. Selain manfaat, *celebrity endorser* juga berperan penting dalam pengambilan keputusan saat membeli suatu produk.

Penggunaan *celebrity endorser* sebagai strategi pemasaran merupakan tren yang tersebar luas diindustri saat ini. kehadiran seorang *celebrity endorser* meningkatkan pengaruh merek dan secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang dipromosikan. Laura Siburian, telah menarik perhatian banyak pengikutnya sebagai sosial media *influencer* yang terkenal diplatform tiktok, dan menjadi publik figure yang populer. Penampilannya yang menawan dan kreatif dalam vidionya membuatnya menjadi idola bagi banyak pengguna Tik Tok. Laura Siburian memanfaatkan popularitas dan pesonanya dengan sering membuat video *endorsement* berbagai produk, termasuk produk kecantikan The Originote. Laura banyak menyita perhatian lewat perannya sebagai *celebrity endorser* yang mempromosikan The Originote dan interaksinya melalui akun Tiktok miliknya. Dalam menjalankan pemasaran sebuah produk harus selektif melibatkan peran *endorser*, karena baik

buruknya citra seorang *endorser* berpengaruh terhadap kredibilitas produk. Salah satunya jika *endorser* tersebut diterpa berita negatif maka persepsi di masyarakat mengenai produk yang diwakili oleh *endorser* tersebut menurun citra positifnya dan akan mengakibatkan penurunan penjualan. Hal tersebut harus menjadi perhatian bagi *brand* agar menggunakan seorang *celebrity endorser* yang mempunyai citra baik.

Selain *celebrity endorser* harga juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen memberikan perhatian khusus pada harga ketika memilih suatu produk. Oleh karena itu harga memegang peranan yang sangat penting dalam pengambilan keputusan sehingga harga menjadi salah satu variabel dalam penelitian ini. Ketika konsumen mencari produk yang mereka butuhkan, harga menjadi perhatian utama mereka. Oleh karena itu, harga yang ditawarkan kepada konsumen merupakan suatu hal yang menjadi pertimbangan khusus konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau menggunakan suatu jasa. Produk Moisturizer The Originote jika dibandingkan dengan produk serupa dari brand lokal lain, harganya relatif lebih murah. Dalam hal ini dikarenakan manfaat, isi kandungan yang didapat sama namun dengan harga yang berbeda. Harga yang kompetitif dapat membuat konsumen berfikir dua kali untuk membeli suatu produk. Hal ini harus menjadi perhatian bagi The Originote, untuk menetapkan harga yang lebih terjangkau agar dapat bersaing di pasar *brand* lokal. Harga yang ditetapkan di atas harga pesaing akan dipandang sebagai harga yang mahal, sedangkan jika harga lebih rendah dari pesaing maka konsumen akan menilai harga produk itu murah.

Faktor penting lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Testimoni. Testimoni adalah salah satu cara untuk membuat orang percaya. Salah satunya dengan catatan pernyataan yang diberikan kepada konsumen mengenai produk serta pelayanan yang ditawarkan melalui situs web atau media sosial. Testimoni ini juga dapat digunakan sebagai iklan berkelanjutan untuk menunjukkan kepada orang lain bahwa bertransaksi dengan toko online aman. Testimoni tentunya tidak semua positif, ekspektasi konsumen terhadap produk membuat adanya testimoni negatif, Dalam hal ini ekspektasi konsumen adalah dengan harga murah tapi mendapat kualitas yang tidak murahan. Banyaknya testimoni negatif terkait tidak cocok dengan produk The Originote harus menjadi perhatian khusus bagi pemilik The Originote untuk mereformulasi isi kandungan dari produk. Adanya testimoni negatif pada kolom *review* menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk membeli suatu produk. Hal ini

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena kebanyakan konsumen jika membeli suatu produk hal yang dilihat setelah harga yaitu kolom testimoni.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *celebrity endorser*, harga dan testimoni terhadap keputusan pembelian produk The Originote di masyarakat Kota Depok. Oleh karena itu, penulis memilih judul “pengaruh *celebrity endorser*, harga dan testimoni terhadap keputusan pembelian produk The Originote (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Depok)”.

1.2. Identifikasi Masalah

Penulis menunjukkan bahwa beberapa masalah sedang terjadi, termasuk:

1. Harga produk *skincare* lokal yang semakin kompetitif.
2. Citra buruk *Celebrity Endorser* mempengaruhi citra produk yang dipromosikan.
3. Terdapat testimoni negatif membuat konsumen mempertimbangkan kembali pembelian produk.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan di lingkungan Masyarakat Kota Depok terlihat banyak sekali permasalahan. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi permasalahan pada pemaparan yang detail dan jelas dengan harapan penyelesaian masalah akan lebih detail dan fokus. Oleh karena itu, penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh *celebrity endorser*, harga dan testimoni terhadap keputusan pembelian The Originote (studi kasus masyarakat di Kota Depok) khususnya masyarakat Kecamatan Sukmajaya dan Produk Hyalucera Moisturizer The Originote.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Moisturizer The Originote?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Moisturizer The Originote?
3. Apakah testimoni berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Moisturizer The Originote?

4. Apakah *celebrity endorser*, harga dan testimoni berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Moisturizer The Originote?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang ada di atas, maka tujuan penelitiannya yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* secara parsial terhadap keputusan pembelian Moisturizer The Originote.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian Moisturizer The Originote.
3. Untuk mengetahui pengaruh testimoni secara parsial terhadap keputusan pembelian Moisturizer The Originote.
4. Untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, harga dan testimoni secara simultan terhadap keputusan pembelian Moisturizer The Originote.

1.6. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Sebagai ide, pemikiran, dan masukan untuk meningkatkan keputusan pembelian Moisturizer The Originote berdasarkan *celebrity endorser*, harga dan testimoni.
2. menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan peneliti dengan mengamati secara langsung pengaruh *celebrity endorser*, harga dan testimoni terhadap keputusan pembelian Moisturizer The Originote.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan informasi yang bermanfaat untuk membantu pihak-pihak yang berkepentingan dalam melakukan penelitian, khususnya penelitian yang berkaitan pengaruh *celebrity endorser*, harga, dan testimoni terhadap keputusan pembelian.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tori yang berupa pengertian atau definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel Teknik pengumpulan data, definisi operasional variable dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap memberikan informasi berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan saran yang berisi masukan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam Menyusun penelitian ini.