

# **BAB I**

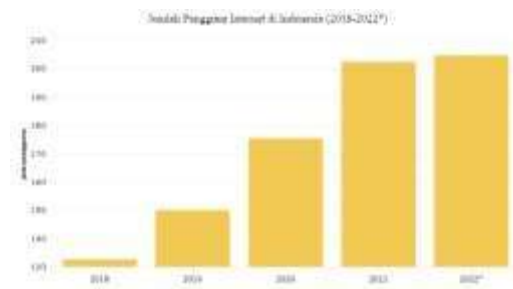
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan zaman akan terus berlanjut serta terus mengalami sebuah perubahan yang kompleks. dalam era ini mengalami peningkatan persaingan pasar secara ketat dengan meningkatkan daya saing industry negara menghadapi persaingan global, yang mana merupakan sebuah tantangan bagi pelaku bisnis, Menurut Hamdan dalam Sundari (2019) dampak dari revolusi industry 4.0 di sektor ekonomi mengalami peningkatan. Kemajuan perkembangan bisnis menuntut para pelaku usaha tidak terkecuali perusahaan-perusahaan yang turut mengambil peran untuk terus menarik konsumen dengan berinovasi dengan produk yang ada, ditandani dengan maraknya beredar produk-produk baru yang dapat dipilih oleh konsumen sesuai dengan selera dan minat konsumen inginkan.

Untuk mendapatkan pangsa pasar yang sesuai, perusahaan melakukan berbagai macam cara untuk menarik konsumen seperti dengan meningkatkan kualitas produk ataupun melakukan promosi produk dan upaya-upaya lainnya. Tidak terkecuali dengan melakukan promosi melalui internet yang mana pada era saat ini informasi ataupun promosi jauh lebih mudah dilakukan serta diakses oleh siapapun yang tersambung pada

internet dan memiliki banyak manfaat bagi kegiatan usah. Dengan adanya internet yang dapat memudahkan dalam mencari informasi membuat masyarakat mayoritas menggunakan media social, tidak hanya sebagai media informasi saja melainkan pada saat ini internet khususnya media social dapat digunakan sebagai kegiatan usaha dan sebagai media untuk memberikan hiburan.

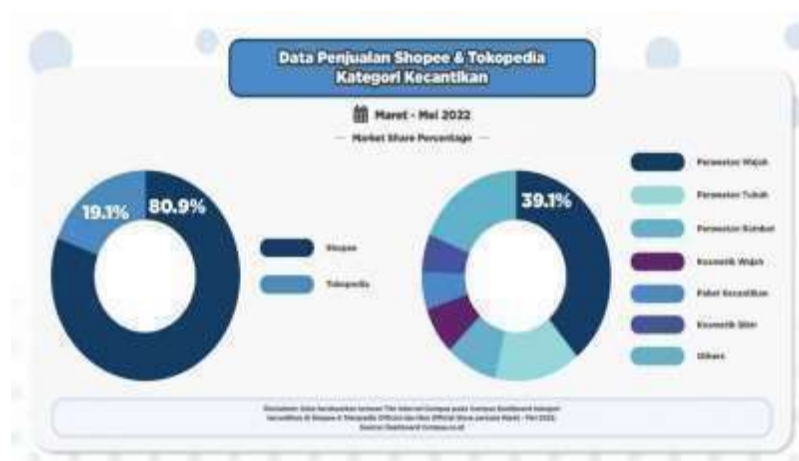


Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : databoks

(Databoks.Katadata, 2022) Berdasarkan pada grafik tersebut yang jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat dalam lima tahun terakhir, dibandingkan dengan tahun 2018 dimana pengguna internet telah mengalami peningkatan sebesar 54,25%. Dengan melihat peningkatan tersebut tentu dapat dipastikan bahwa masyarakat Indonesia mayoritas menggunakan internet. Dengan adanya internet membawa dampak positif dan negative bagi pengguna, tentu para pebisnis harus mampu menyesuaikan arus perkembangan yang ada di internet dan mampu memanfaatkan dengan baik dan bijak, dampak positif dengan adanya Internet tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha namun

juga oleh konsumen, dimana dengan adanya internet tersebut konsumen dengan mudah dapat berbelanja online dengan mudah dan praktis selain itu konsumen dapat mengakses informasi dengan mudah dan cepat. Belanja online saat ini menjadi sebuah tren bagi masyarakat tidak hanya kalangan millennial namun juga menjadi tren bagi semua kalangan. Berbelanja online dapat dilakukan melalui marketplace ataupun melalui social media yang menyediakan fitur belanja.



Gambar 1.2 Perkembangan trend Belanja Online

Sumber : Kompas.co.id

Berdasarkan marketshare yang terlihat marketplace shopee mendominasi belanja online dengan presentase 80.90% sedangkan tokpedia 19.1% dan berdasarkan data penjualan shopee dan tokopedia mengalami peningkatan, dalam kategorinya perawatan wajah menjadi kategori yang mendominasi belanja online kemudian disusul oleh perawatan tubuh. Melihat trend belanja online yang semakin meningkat tentu terdapat pertimbangan yang konsumen lakukan, karena maraknya berita mengenai produk yang

tidak sesuai dengan gambar pada platform belanja online tersebut. Sehingga untuk meminimalisir hal tersebut konsumen terlebih dahulu melihat testimony ataupun review mengenai produk yang akan dibeli, hal ini dapat disebut sebagai *Electronic word of mouth* (E-Wom).

Menurut Suparyanto dan Rosad (2020) dengan adanya E-wom konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai kualitas produk yang akan di beli, dan dengan adanya hal ini dapat mempengaruhi konsumen untuk menjadi bahan pertimbangan dalam keputusan pembelian. Selain E-wom yang berisikan mengenai testimony secara jujur oleh consume terhadap produk yang dibeli, kualitas produk juga menjadi salah satu factor dalam melihat apakah konsumen tertarik untuk membeli jika kualitas produk telah sesuai atau tidak dengan yang diinginkan. Kualitas produk yang tidak sesuai dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli prouk tersebut, dimana pada era saat ini yang informasi dapat diakses lebih mudah sehingga konsumen dapat melihat dengan jelas bagaimana kualitas produk yang ada pada produk yang akan dibeli, sehingga dalam belanja online kualitas produk dapat dilihat pada *review* yang diberikan oleh konsumen pada platform yang menyediakan fitur belanja online.

Salah satu pendukung e-WOM adalah media social seperti instagram, facebook ataupun tiktok dimana media social saat ini telah memperbarui dan meningkatkan fitur yaitu berbelanja online sehingga pengguna media social tersebut tidak hanya berbelanja pada marketplace namun juga dapat berbelanja online melalui media social. Pada media social dan marketplace tersebut selain digunakan untuk berbelanja online

juga digunakan sebagai media promosi yang saat ini berkembang dengan pesat, tentu masyarakat pelaku usaha tidak asing bagi promosi secara online melalui digital bukan hanya itu media social dan marketplace memberikan wadah bagi pengguna untuk memberikan ulasan produk yang telah dibeli dan dipakainya, ulasan yang diberikan tidak hanya berasal dari konsumen saja namun juga dapat diulas dengan promosi oleh para *content creator*.

Produk yang diulas dan dipromosikan oleh pengguna media social dan *Content creator* terdiri dari berbagai macam kategori produk salah satunya yaitu produk perawatan tubuh atau pada saat ini disebut *bodycare*. Dimana *bodycare* saat ini menjadi salah satu perawatan yang dibutuhkan untuk menunjang kecantikan dan kesehatan kulit tubuh salah satu *bodycare* yaitu *hand body lotion*. Tidak hanya generasi milenial saja yang perhatian akan pentingnya kesehatan kulit tubuh dan kecantikan kulit tubuh namun juga berbagai kalangan remaja hingga dewasa, beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan *bodycare* yaitu selain faktor internal yaitu sebagai kebutuhan kulit tubuh tetapi juga terdapat faktor eksternal yaitu adanya paparan sinar matahari secara langsung yang dapat membuat kulit menjadi gelap, tentu hal ini sangat tidak diinginkan oleh kaum wanita maupun pria, karena salah satu standar kecantikan adalah memiliki kulit yang putih dan bersih. Dalam hal ini beberapa daerah di Indonesia memiliki cuaca panas yang ekstrem salah satunya adalah Surabaya.



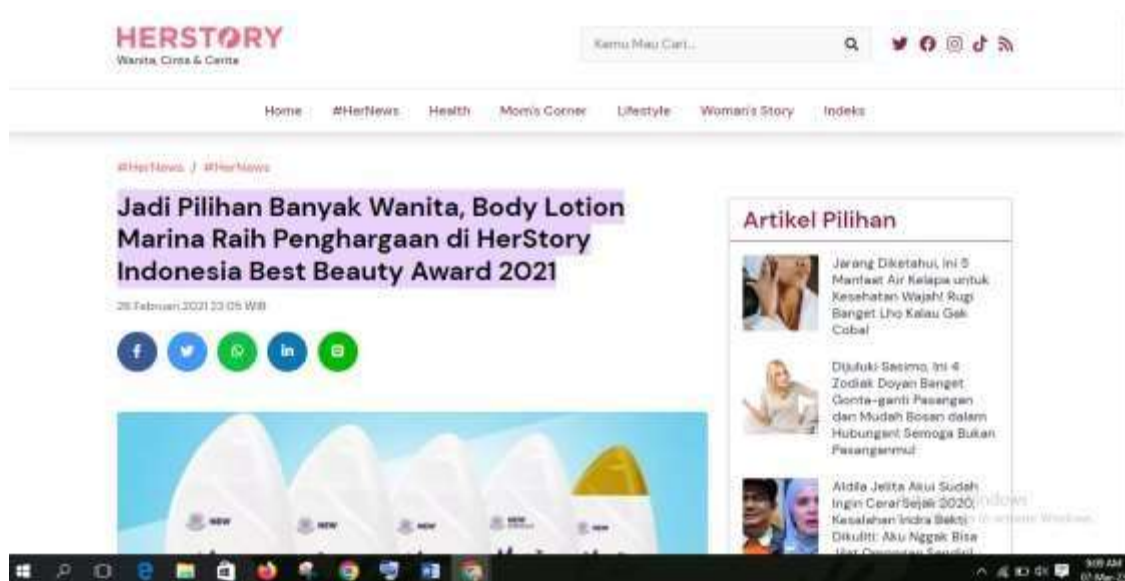
Gambar 1.3 Suhu Kota Surabaya seminggu terakhir

Sumber : Databoks

Dapat dilihat berdasarkan grafik tersebut bahwa kota Surabaya meskipun musim hujan masih memiliki suhu yang cukup tinggi hingga 31°C. Tentu adanya *hand body lotion* sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang berada di kota Surabaya. Hand body lotion menjadi salah satu produk kecantikan yang setiap wanita rata-rata memilikinya. Dalam hal ini menurut BPOM Industri kosmetik mengalami kenaikan jumlah perusahaan hingga 20,6% selama 2021 hingga bulan juli 2022, dan tentu melihat kondisi tersebut *bodycare* yang termasuk *hand body lotion* mengalami peningkatan tidak hanya kebutuhan masyarakat namun juga perusahaan yang memanfaatkan digitalisasi dengan baik seperti menggunakan promosi pada media social.

Salah satu perusahaan yang menggunakan strategi promosi dengan E-wom dan aktif dalam membuat konten promosi pada media social adalah *hand body lotion* Marina. Marina merupakan bisnis yang bergerak pada bidang kecantikan khususnya

*hand body lotion* pada tahun 2014. tidak hanya *hand body lotion* marina memproduksi piranti perawatan kulit namun juga kosmetik yang telah di menerima sertifikat halal MUI, *hand body lotion* marina dilengkapi dengan UV Protection yang berguna untuk melindungi kulit dari sinar matahari dan terdapat bahan alami yang dapat menutrisi kulit dan dapat memutihkan kuit kusam. Produsen dari *hand body lotion* marina adalah PT. Tempo Scan Pasific,Tbk yang merupakan bagian dari Tempo Grup dan telah berdiri lama di Indonesia, perusahaan tersebut menerapkan promosi secara digital termasuk melalui media social.



Gambar 1.4 Berita mengenai *Hand Body Lotion* Marina

Sumber : Berita laman *Herstory* diakses pada 08 Maret 2023

*Hand Body Lotion* menjadi salah satu produk bodycare yang wajib dalam menjaga kesehatan kulit, dimana dapat dilihat bahwa *hand body lotion* marina ini menjadi salah satu produk *hand body lotion* yang berhasil memikat hati masyarakat Indonesia yang

dapat dibuktikannya dengan terpilihnya hand body lotion marina sebagai *Best Brand Dry Skin Product* kategori Lotion dalam acara HerStory Indonesia *Best Beauty Award* 2021.

Tabel 1.1 *Top Brand Index*

No.	Nama Brand	Top Brand Index (%)				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	Citra	42.90	38.30	31.50	29.10	29.60
2	Vaseline	12.30	19.70	11.80	14.80	16.50
3	Marina	20.70	17.80	22.40	16.20	13.60

Sumber : Top Brand Index Kategori Perawatan tubuh subkategori Hand Body

Menurut laman pada situs top brand index yaitu sebuah lembaga yang berfokus pada perilsan laporan mengenai indeks dalam berbagai macam *brand* dengan kategori tertentu yang mana setiap tahunnya menggunakan parameter 3 pengukuran yaitu : *Top Of Mind* adalah merek atau brand yang pertama kali akan disebutkan oleh responden disaat kategori produk disebutkan, kedua yaitu *last usage* adalah merek terakhir yang digunakan oleh responden dalam sebuah siklus pembelian berulang. Dan yang ketiga adalah *Future intention* adalah sebuah keinginan oleh reponden untuk menggunakan kembali produk tersebut di kemudian hari. (Sumber : Top Brand Index *Subkategori : HAND & BODY LOTION*, 2023)

Top Brand Award memberikan sebuah laporan terkait *handbody lotion* marina yang menempati peringkat 3 untuk kategori perawatan pribadi sub kategori *Hand &*

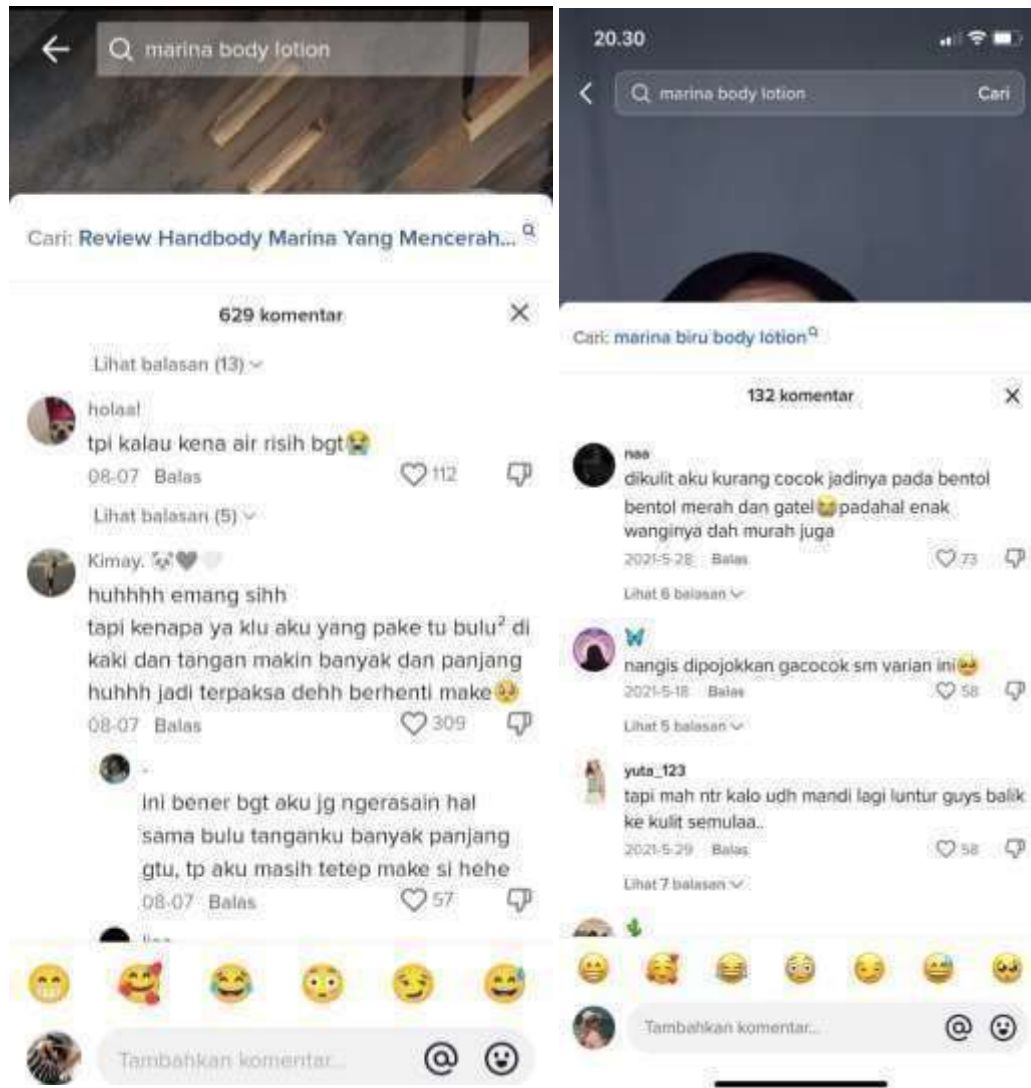


*body lotion* dengan nilai indeks pada tahun 2020 adalah 22.40%, untuk tahun 2021 top brand indeks melaporkan bahwa *hand body lotion* marina mengalami penurunan indeks sebesar 16.20% dan pada tahun 2022 *hand body lotion* marina mengalami penurunan indeks kembali dengan nilai indeks 13.60% . sehingga berdasarkan pada data top brand indeks tersebut dapat dilihat adanya penurunan pada *hand body lotion* marina. Salah satu tindakan yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan adalah promosi media social yang dilakukan adalah melalui media social tiktok.

Banyaknya ulasan yang dilakukan oleh para konsumen *hand body lotion* marina membuat produk *hand body lotion* marina masih terus dapat bersaing dengan merek *hand body lotion* lainnya. Namun, terdapat beberapa ulasan yang ada pada media social promosi *hand body lotion* marina yang memberikan ulasan negatif tentang kualitas produk *hand body lotion* marina setelah menggunakan produk tersebut, dalam ulasan yang terdapat pada media sosial baik tiktok maupun media sosial lainnya terdapat ulasan yang positif dan negatif dari produk *hand body lotion* marina. Yang mana dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan konsumen dalam membeli produk tersebut dalam beberapa kondisi konsumen yang akan membeli sebuah produk terutama pada era digitalisasi ini membuat konsumen melihat review atau ulasan terlebih dahulu pada media sosial ataupun marketplace.

Beberapa ulasan yang diberikan salah satunya yaitu pada media sosial Tiktok, dimana terdapat ulasan dari konsumen yang bersifat negatif yaitu menyatakan kualitas produk *Hand Body lotion* marina. Berikut beberapa komentar atau ulasan negatif yang

terdapat pada media sosial tiktok.



Gambar 1.5 *Review Handbody Marina* pada media sosial Tiktok

Sumber : Media Sosial Tiktok dengan pencarian Review hand body marina

Dalam ulasan titok tersebut yang dilakukan oleh conten creator terdapat beberapa ulasan positif dan negative dari konsumen hand body lotion marina yang telah membeli dan menggunakan hand body lotion marina, namun tidak sedikit yang memberikan ulasan negative terkait hasil menggunakan produk tersebut. dimana dapat dilihat komentar dari akun @kimay yang mengatakan bahwa sejak memakai produk hand body lotion marina kulit tangan dan kaki menjadi banyak tumbuh bulu yang panjang. Komentar dari @naa mengatakan bahwa saat memakai handbody lotion marina kulit menjadi gatal dan bentol , komentar lain juga dari akun @Yuta\_123 mengatakan bahwa jika memakai hand body lotion marina akan luntur setelah sehabis mandi dan kembali seperti kulit semula. Berdasarkan dengan adanya komentar yang negative tersebut dapat menunjukkan bahwa kualitas produk dari hand body lotion marina perlu untuk ditingkatkan.

Menurut Kotler dan keller dalam (R.M.Sari,2020) kualitas produk adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh sebuah barang atau produk untuk memberikan hasil atau melebihi dari keinginan dan harapan konsumen dalam membeli produk tersebut. tentu pada sebuah produk barang ataupun jasa tidak lepas dari kualitas produk yang dihasilkan dimana kualitas menjadi salah satu pertimbangan penting dalam membeli sebuah produk barang atau jasa. (Pradana et al., 2018) menjelaskan bahwa semakin berkualitasnya suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk tersebut.

Dalam suatu usaha keberhasilan usaha dapat berhasil jika adanya peningkatan keputusan pembelian dari produk yang ditawarkan, berdasarkan data tersebut peneliti

ingin mengkaji mengenai keputusan pembelian. Menurut Schiffman dan Kanuk (2015) dalam (Brama Kumbara, 2021) keputusan pembelian adalah pemilihan dari alternatif dua pilihan yang berarti seseorang dapat membuat sebuah keputusan jika terdapat alternatif pembelian.

Keputusan pembelian dapat berupa sikap dan tindakan konsumen dalam menentukan sebuah pilihan produk yang paling disukai untuk mencapai keinginan yang diharapkan. Menurut Agusta (2020:12) dalam (Brama Kumbara, 2021) proses pengambilan keputusan adalah tahapan dimana konsumen memutuskan suatu produk yang menurutnya paling baik dari berbagai alternatif pilihan sesuai dengan kepentingan tertentu yang mana keputusan tersebut dianggap paling menguntungkan sesuai yang diinginkan. Dalam melakukan sebuah pengambilan keputusan mengenai produk atau jasa yang dibeli tentu konsumen mencari informasi mengenai produk yang akan dibeli, baik dalam iklan, *website* atau langsung membaca pada produk tersebut apakah sesuai dengan harapan dan keinginan dari konsumen tersebut. Sehingga perusahaan dalam hal ini dapat melakukan sebuah tindakan agar informasi yang didapat oleh konsumen tepat sesuai produk.

Kualitas produk yang berdasarkan pada beberapa review melalui e-WOM oleh konsumen produk *hand body lotion* marina tersebut dapat menjadi salah satu pertimbangan mengenai keputusan pembelian produk *hand body lotion* marina dan dengan melihat terjadinya penurunan indeks pada *Top Brand Indeks* sehingga peneliti ingin memfokuskan pada variabel kualitas produk dan *electronic word of mouth* (e-

WOM). Berdasarkan uraian tersebut, peneliti mengambil penelitian dengan judul **“PENGARUH KULITAS PRODUK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HAND BODY LOTION* MARINA.”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *hand body lotion* Marina?
2. Apakah *Electronic word of mouth (e-Wom)* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *hand body lotion* Marina?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *hand body lotion* Marina.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Electronic word of mouth (e-WOM)* terhadap keputusan pembelian produk *hand body lotion* Marina

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca yaitu antara lain :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber wawasan dan saran untuk mengetahui secara luas bagaimana teori yang didapat selama di bangku kuliah, sebagai sarana untuk menyelesaikan tugas akhir dan dapat memberi wawasan

kepada peneliti mengenai pengaruh kualitas produk dan *Electronic word of mouth* (e-WOM) terhadap keputusan pembelian..

## 2. Bagi Lembaga

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk memperbanyak kajian ilmiah khususnya pengaruh pengaruh kualitas produk dan *Electronic word of mouth* (e-WOM) terhadap keputusan pembelian. Dan dapat menambah referensi bagi mahasiswa manajemen UPN “Veteran” Jatim yang memiliki ketertarikan meneliti pada bidang yang sama.