



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat di masa sekarang menyebabkan konsumen dapat dengan mudah mengetahui informasi dan keberadaan suatu produk. Kondisi ini berpengaruh kepada perusahaan yang dituntut untuk tanggap dalam memberikan informasi produk dengan jelas agar mendapat tanggapan positif dari konsumen. Hal ini berkaitan dengan *online customer review* yang sangat penting bagi suatu produk apalagi di jaman digital seperti sekarang. Dengan *online customer review* yang baik dan positif maka perusahaan akan mudah untuk mengkomunikasikan dan mengembangkan produk tersebut. Jika konsumen tidak memiliki keyakinan akan produk, maka konsumen tidak akan mencoba produk tersebut.

Persaingan bisnis di era digital sangat kompleks dan serba tidak pasti. Peluang yang diciptakan memang besar tetapi tantangannya pun juga sama besar. Semakin tingginya tingkat persaingan ini menuntut perusahaan untuk menciptakan strategi terbaik untuk mendapatkan *market share* dan penjualan produk yang tinggi. Setiap perusahaan harus menemukan strategi untuk mendapatkan kepercayaan konsumen.

Strategi pemasaran perusahaan harus memiliki keunikan dan mengikuti perkembangan jaman. Dengan adanya perkembangan teknologi dan melihat dari keadaan sekarang, perusahaan harus menemukan strategi yang tepat untuk mempromosikan produknya. Promosi secara *online* adalah promosi yang banyak digunakan saat ini oleh berbagai perusahaan baik kecil ataupun besar. Promosi secara *online* bertujuan untuk menyampaikan kesan menarik kepada pelanggan. Dikarenakan sekarang banyak orang lebih suka berbelanja secara *online* karena dinilai lebih praktis dan sesuai dengan keadaan.

Saat ini periklanan digital melalui media sosial seperti Instagram menjadi tren dan mengalami perkembangan yang pesat. Tidak dapat dipungkiri, media sosial menjadi salah satu hal yang digemari dan dimiliki oleh banyak orang.

#### Gambar 1. 1



## Pengguna Instagram di Indonesia Pada Tahun 2020-2021



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sumber : Napoleon Cat

Gambar 1.1 menunjukkan banyaknya orang yang menggunakan Instagram pada tahun 2020-2021 pada Q1, Q2, Q3 dan Q4. Berdasarkan gambar diatas, bisa disimpulkan bahwa pengguna Instagram meningkat setiap quarter dan tahunnya.

Pemakaian selebriti untuk mempromosikan barang saat ini sedang digemari untuk mendukung penjualan suatu produk. Pemilihan selebriti yang tepat dan sesuai menciptakan peluang kesuksesan yang besar terhadap suatu produk. Penggunaan selebriti sebagai *endorser* dipercaya menambah minat beli konsumen dan mendorong penjualan produk. *Endorser* adalah strategi *marketing* dengan memanfaatkan ikon orang-orang terkenal seperti artis, tokoh dan bintang iklan lainnya yang memiliki pengaruh langsung dan kuat serta menggunakan atribut kesohorannya tersebut untuk menarik konsumen melakukan pembelian.

Dalam penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti produk Scarlett Whitening yang didirikan pada tahun 2017 oleh salah satu artis Indonesia yaitu Felycia Angelista. Scarlett Whitening merupakan produk kecantikan yang dapat mencerahkan kulit. Berdasarkan pemantauan yang dilakukan terhadap beberapa hal yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Scarlett Whitening, diantaranya yaitu konsumen tertarik

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dengan promosi yang dilakukan Scarlett Whitening dengan menggunakan banyak selebriti dan *influencer* dimana mereka mempunyai kulit yang terlihat sehat dan bersih salah satunya adalah Natasha Wilona. Disamping itu, penilaian pelanggan secara *online* di *marketplace* terhadap produk Scarlett Whitening juga positif dan banyak yang merasa terpuaskan oleh produk Scarlett Whitening sehingga produk ini pun mendapatkan *rating* yang baik di berbagai *platform*. Tetapi tidak dapat dipungkiri, beberapa penilaian juga bersifat negatif terhadap produk Scarlett Whitening.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

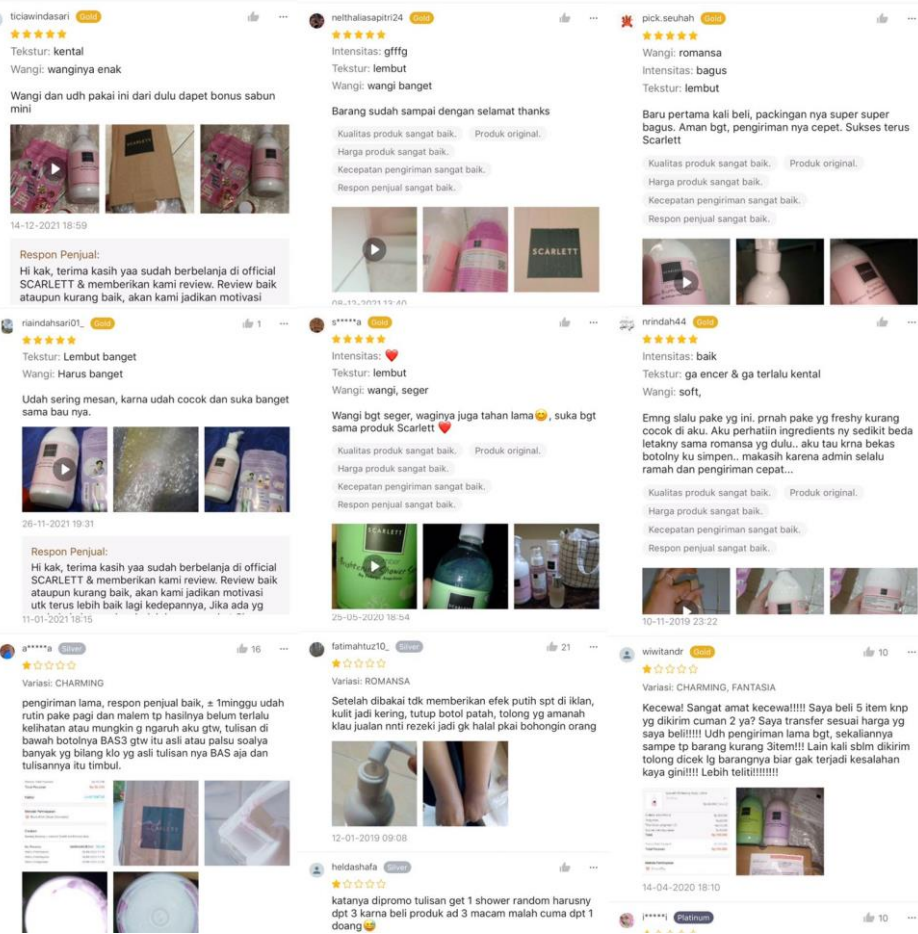


**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 1.2

Review Konsumen Terhadap Produk Scarlett Whitening Pada Marketplace Shopee



Sumber : Shopee Indonesia

Gambar 1.2 menunjukkan adanya *review* positif dan *review* negatif dari konsumen terhadap salah satu produk terlaris Scarlett Whitening yang dijual oleh *official store* Scarlett Whitening di *marketplace* Shopee Indonesia. *Review* positif yang menunjukkan konsumen merasa terpuaskan dengan produknya. Untuk *review* negatif dikarenakan adanya kerusakan barang, ketidakpuasan akan produk, dan adanya kelalaian oleh pihak Scarlett Whitening. Jika Dilihat dari jumlah *online customer review* yang diberikan maka produk Scarlett mendapatkan banyak *review* positif yang membuat *rating* produk nya menjadi baik.

Gambar 1.3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## Jumlah Review Konsumen Produk Scarlett Whitening Pada Marketplace Shopee



Sumber : Shopee Indonesia

Gambar 1.3 menunjukkan jumlah *review* yang diberikan pada salah satu produk Scarlett Whitening pada *marketplace* Shopee yaitu lotion yang mencapai 243.400. Jika dilihat dari bintang yang diberikan, konsumen yang memberikan bintang lima lebih daripada pilihan bintang lainnya. Maka *review* yang diberikan pada produk Scarlett mendapatkan lebih banyak *review* positif daripada negatif.

### B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Adakah pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening
2. Adakah pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening
3. Adakah pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening
4. Adakah pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening
2. Adakah pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening

### D. Batasan Penelitian

Agar penelitian lebih terarah, maka penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Objek Penelitian ini adalah Produk dari Scarlett Whitening
2. Subjek Penelitian ini adalah orang-orang yang pernah membeli produk Scarlett Whitening
3. Variabel yang diteliti yaitu *Online Customer Review*, *Celebrity Endorser* dan Keputusan Pembelian.

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut : “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening”

### F. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Mengetahui pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening
2. Mengetahui pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## G. Manfaat

### -Bagi Perusahaan:

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada perusahaan terkait mengenai pengaruh *celebrity endorser* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Lalu diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan perusahaan terkait dalam memilih strategi pemasaran yang akan diterapkan kedepannya untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan terkait.

### -Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah tanggapan dan pengetahuan penulis dalam praktek bidang manajemen, khususnya menambah pengalaman penulis dalam menganalisis perkara konsentrasi pemasaran dan memperluas pandangan penulis mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sebuah produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.