

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Industri kecantikan di Indonesia berpotensi untuk dijadikan sebagai peluang bisnis yang cukup menjanjikan, dimana saat ini perusahaan di bidang industri kosmetika sedang berlomba-lomba untuk memasarkan produknya dengan ciri khas produk mereka masing-masing. Pada tahun 2021, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI) mencatat perusahaan di bidang industri kosmetika mengalami kenaikan sampai dengan 20,6% (Hasibuan, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa pasar industri kosmetika di Indonesia sudah cukup luas.

Salah satu perusahaan kosmetik tersebut yaitu PT Implora Sukses Abadi yang biasa disebut dengan Implora Cosmetics. Implora Cosmetics pernah mendapatkan penghargaan di ajang Fimela 11 Awards dengan gelar sebagai juara *Magnificent Most Wanted Beauty Brand* dan mengantongi predikat yang cukup bergengsi pada tanggal 19 November 2021 (Implora, 2020). Dengan terpilihnya sebagai juara, ini sebagai pembuktian bahwa Implora Cosmetics dengan berbagai macam produknya telah menjadi produk lokal Indonesia yang sudah banyak diminati oleh para pecinta produk lokal. Salah satu produk unggulan Implora Cosmetics yaitu *lips product*.

Implora Cosmetics memasarkan produknya melalui platform digital seperti Instagram, Shopee, Lazada, Tokopedia, Sociolla dan TikTok Shop. Melalui platform digital konsumen lebih mudah untuk mencari produk dan memudahkan untuk memutuskan pembelian produk. Keputusan pembelian merupakan aktivitas pemecahan masalah yang dilakukan oleh seseorang dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua atau lebih alternatif perilaku dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui proses tahapan pengambilan keputusan (Firmansyah, 2018). Tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan akan mempengaruhi bagi konsumen untuk mengambil keputusan apakah akan membeli produk yang diminati atau tidak.

Dengan adanya platform digital, Implora Cosmetics menggunakan strategi *celebrity endorser* sebagai salah satu strategi agar konsumen dapat melakukan pembelian produknya. Menurut Shimp (2014), *celebrity endorser* adalah seorang bintang televisi, aktor film, atlet terkenal dan bahkan orang yang sudah meninggal dunia digunakan secara luas untuk mendukung sebuah merek. *Celebrity endorser* yang bekerja sama dengan Implora Cosmetics yaitu seperti Tasya Farasya, Melisa Hart, Tiara Andini dan lainnya. Tugas dari selebriti tersebut untuk mempromosikan produk dengan tujuan agar produk yang dipromosikannya dapat diketahui oleh masyarakat luas. Banyak produsen berminat menggunakan jasa dari selebriti dikarenakan adanya pesan yang disampaikan atau cara mempromosikan produk dari selebriti tersebut menarik dan juga masyarakat

akan memiliki perhatian lebih jika selebriti yang mempromosikan produknya sedang populer.

Menurut Firmansyah (2018), promosi merupakan aktivitas menginformasikan suatu produk yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Promosi dapat dilakukan melalui media seperti televisi, media cetak maupun media sosial. Implora cosmetics mempromosikan produknya secara *offline* maupun *online*. Promosi yang dilakukan secara *offline* melalui sales dari Implora cosmetics yang mempromosikan secara langsung ke konsumen yang ada pada mal atau pusat perbelanjaan, sedangkan promosi secara *online* dilakukan melalui video yang berisi tentang informasi dan harga produk Implora melalui media sosialnya Implora cosmetics seperti Instagram dan TikTok Shop (@imploracosmetics).

Menurut Kotler & Armstrong (2018), harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan bagi suatu produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang dapat ditukarkan oleh para pelanggan agar dapat memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan salah satu faktor penentu bagi keberhasilan suatu perusahaan, karena harga dapat menentukan besar kecilnya keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan barang atau jasa (Firmansyah, 2018). Implora cosmetics memiliki harga yang cukup terjangkau dibanding dengan produk yang sejenis dari perusahaan lain. Harga *lips product* yang ditetapkan oleh Implora cosmetics mulai dari Rp 10.000 sampai dengan harga Rp 27.000.

Harga tersebut sangat terjangkau bagi masyarakat untuk membeli produk *lips product* dari Implora cosmetics. Perusahaan yang menghasilkan produk dengan harga yang terjangkau akan membuat seorang konsumen merasa senang dan puas sehingga akan memutuskan untuk membeli produknya (Muhtarom dkk., 2022).

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh *celebrity endorser*, promosi, harga dan keputusan pembelian yaitu penelitian Setiyadi dkk. (2022) menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Zahra dkk. (2021) menunjukkan hasil bahwa secara parsial *celebrity endorser* dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Afriliantini dkk. (2019) menunjukkan hasil bahwa *celebrity endorser* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian, hasil penelitian Nabilah & Anggrainie (2022) menunjukkan secara parsial bahwa promosi dan *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan pada penelitian Audrey & Usman (2021) menunjukkan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *celebrity endorser*, harga, promosi dan

keputusan pembelian pada *lips product* Implora Cosmetics dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser*, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *Lips Product Implora Cosmetics*”.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *celebrity endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *lips product* Implora Cosmetics ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian *lips product* Implora Cosmetics ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *lips product* Implora Cosmetics ?

## C. Batasan Masalah

Penelitian ini menggunakan variabel independen berupa *celebrity endorser*, promosi dan harga. Sedangkan variabel dependen yang digunakan berupa keputusan pembelian. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini yaitu konsumen *lips product* Implora Cosmetics yang berjenis kelamin perempuan dan konsumen yang melakukan pembelian *lips product* Implora Cosmetics pertama kali dalam waktu satu tahun terakhir. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2023.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian *lips product* Implora Cosmetics.
2. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian *lips product* Implora Cosmetics.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *lips product* Implora Cosmetics.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai konsep manajemen pemasaran seperti *celebrity endorser*, promosi, harga dan keputusan pembelian.

2. Bagi Implora Cosmetics

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi agar produk dari Implora Cosmetics memiliki harga yang terjangkau serta promosi yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

3. Bagi STIM YKPN Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi yang bermanfaat dan juga dapat dijadikan sebuah ide untuk

melanjutkan penelitian ini lebih luas bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian pada konsentrasi manajemen pemasaran.

#### 4. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi pembaca yang mungkin akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.