

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perhatian terhadap kesehatan tubuh di masa sekarang telah berperan sebagai fokus utama di kalangan masyarakat (ZAP Beauty Index, 2023). Pandangan terhadap kesehatan tubuh tidak lagi terbatas pada kesehatan fisik semata, tetapi telah menjadi sebuah konsep holistik yang mencakup keseimbangan antara aspek fisik, mental, dan sosial. Kesehatan tubuh bukan hanya tentang ketiadaan penyakit, tetapi juga tentang mencapai kesejahteraan secara menyeluruh. Salah satu langkah konkret yang diambil oleh individu untuk merawat kesehatan tubuhnya melalui penggunaan produk perawatan kulit, misalnya *hand and body lotion* yang semakin meningkat. Produk-produk ini tidak lagi hanya dianggap sebagai alat untuk menjaga kelembaban kulit, melainkan juga sebagai sarana yang memiliki potensi untuk memberikan manfaat tambahan terhadap kesehatan kulit secara keseluruhan.

Pentingnya perawatan kulit dalam konteks kesehatan tubuh telah diperkuat oleh temuan-temuan penelitian ilmiah. Menurut penelitian oleh Surber dkk. (2018), pemeliharaan kesehatan kulit melalui penggunaan produk perawatan kulit dapat membantu mengurangi risiko berbagai masalah kulit, termasuk dehidrasi, iritasi, dan penuaan dini. Bahan-bahan seperti vitamin, antioksidan, dan peptida yang sering ditemukan dalam *hand and body lotion* dapat memberikan manfaat tambahan yang signifikan, memperkuat lapisan perlindungan kulit dan meningkatkan elastisitas. Menurut laporan dari *Grand*

View Research (2021), pasar produk perawatan kulit diperkirakan akan terus berkembang dalam beberapa tahun ke depan, didorong oleh peningkatan kesadaran konsumen terhadap kesehatan kulit, peningkatan standar hidup, dan inovasi produk oleh produsen. Oleh karena itu penggunaan produk perawatan kulit, seperti *hand and body lotion*, bukan hanya menjadi tren, tetapi juga merupakan kebutuhan yang semakin mendesak di tengah masyarakat yang semakin peduli terhadap kesehatan dan penampilan diri.

Pentingnya produk perawatan kulit, seperti *hand and body lotion*, juga mencuat dalam konteks kesehatan kulit di era pandemi COVID-19. Situasi pandemi yang menuntut tindakan higienis dan perlindungan diri telah mendorong peningkatan penggunaan produk perawatan kulit, terutama produk yang mengandung bahan-bahan antibakteri dan antivirus. Penggunaan *hand and body lotion* dengan kandungan ini menjadi relevan dalam menjaga kebersihan dan kesehatan kulit seiring dengan perubahan gaya hidup yang diakibatkan oleh pandemi. Produk perawatan kulit, seperti *hand and body lotion*, bukan hanya menjadi sarana untuk menjaga kelembaban kulit tetapi juga memiliki peran signifikan dalam memberikan manfaat tambahan terhadap kesehatan kulit secara keseluruhan. Dukungan dari temuan penelitian dan tren industri menegaskan bahwa penggunaan produk perawatan kulit adalah langkah yang tepat dalam menjaga kesehatan dan kesejahteraan tubuh.

Marina *hand and body lotion* ialah suatu produk yang mendapat sorotan dalam konteks perawatan kulit. Merek ini telah membangun reputasi yang solid di pasar perawatan kulit dengan menawarkan produk-produk berkualitas tinggi.

Marina dikenal sebagai merek yang peduli terhadap kebutuhan konsumennya dan memahami pentingnya kesehatan kulit. Klaim-klaim yang diusung oleh Marina dalam pemasaran *hand and body lotion*-nya mencerminkan fokusnya pada kandungan bahan alami dan keamanan penggunaan (Sahabat Marina). Salah satu faktor utama yang menjadikan Marina *hand and body lotion* menonjol adalah penekanannya pada bahan-bahan alami. Konsumen modern semakin cenderung mencari produk perawatan kulit yang mengandung bahan-bahan organik dan alami. Hal ini terkait dengan kesadaran akan dampak negatif penggunaan bahan kimia pada kulit dan lingkungan.

Dalam menghadapi tren global menuju keberlanjutan dan keamanan produk, konsumen semakin memperhatikan apakah produk perawatan yang mereka gunakan aman dan tidak menimbulkan risiko kesehatan. Marina *hand and body lotion* menyajikan solusi dengan menekankan keamanan penggunaan, membuktikan komitmennya terhadap kesejahteraan konsumen. Klaim ini memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa mereka dapat menggunakan produk ini tanpa khawatir tentang efek samping yang merugikan. Dengan menonjolkan bahan alami, Marina *hand and body lotion* tidak hanya memenuhi harapan konsumen terhadap keamanan dan kesehatan, tetapi juga mendukung semangat keberlanjutan. Oleh karena itu, klaim-klaim keberlanjutan Marina dapat menjadi poin penjualan yang kuat bagi konsumen yang memiliki nilai-nilai tersebut.

Secara keseluruhan, Marina *hand and body lotion* menciptakan identitas produknya dengan memahami dan merespons tren konsumen terkini.

Fokus pada bahan alami, klaim keamanan penggunaan, dan kesadaran akan lingkungan membuat produk ini relevan dan menarik bagi konsumen yang mengutamakan kesehatan kulit dan berkontribusi pada upaya pelestarian lingkungan. Dengan reputasi yang baik dan komitmen terhadap nilai-nilai ini, Marina dapat terus menjadi pilihan utama bagi konsumen yang melakukan pencarian akan produk perawatan kulit yang mengandung kualitas yang tinggi serta sesuai dengan preferensi gaya hidup modern.

X ialah media sosial yang di masa sekarang ini tergolong tinggi tingkat kepopulerannya serta berfungsi sebagai penyebar informasi yang sangat cepat. Informasi yang disebarakan sangat banyak ragamnya, tidak semata hanya menyebarkan berita, opini, komentar, kritik melainkan juga konten yang sifatnya positif, negatif, dan netral. Akun X @ohmybeautybank merupakan salah satu wadah dalam membangun dan memelihara komunitas kecantikan daring. Kredibilitas @ohmybeautybank sebagai sumber informasi tercermin dalam ketelitian dan keahlian dalam menyajikan review terkait Marina *hand and body lotion*. Temuan riset yang memperlihatkan bahwasannya konsumen mempercayai ulasan beserta rekomendasi produk dari sumber yang dianggap kredibel (Latief & Ayustira, 2018). Oleh karena itu, kepercayaan yang ditempatkan oleh pengikut @ohmybeautybank ini memberikan dampak positif pada persepsi dan keputusan pembelian mereka.

Dalam konteks keputusan pembelian, akun @ohmybeautybank memiliki pengaruh yang kuat di dalamnya. Analisis perilaku konsumen menunjukkan bahwa rasa terhubung dengan suatu komunitas dapat

mempengaruhi keputusan pembelian, dan @ohmybeautybank, dengan interaksi yang aktif dan konten yang relevan, berhasil menciptakan ikatan emosional dengan pengikutnya (Wijowarastro, 2014). Kepercayaan dan kredibilitas *electronic word of mouth* menjadi inti dari hubungan yang dimilikinya dengan keputusan pembelian. Kredibilitas ini dapat berasal dari karakter personal dari orang yang memberikan ulasan atau dari jumlah ulasan yang positif.

Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap reputasi merek atau produk tidak dapat diabaikan. Ulasan positif dapat secara langsung membantu peningkatan reputasi beserta rasa percaya dalam diri konsumen terhadap merek, sedangkan ulasan yang sifatnya cenderung negatif mampu menyebabkan keraguan serta menghasilkan perasaan kurang percaya. *Electronic word of mouth* juga mengandung efek jaringan yang kuat. Dengan cepat menyebar melalui jaringan sosial dan komunitas online, ulasan atau rekomendasi yang didukung oleh banyak orang dapat memiliki efek viral, mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan pengaruhnya dalam pengambilan keputusan pembelian (Thomson dkk., 2005). Hal ini menciptakan dinamika di mana pengaruh satu ulasan dapat berkembang secara eksponensial, mencapai potensi konsumen yang lebih besar.

Citra merek ialah kesan yang dimiliki konsumen tentang suatu merek. Citra merek dapat dibentuk melalui komunikasi pemasaran, pernyataan merek, dan pengalaman konsumen dengan merek tersebut. Citra merek Marina *hand and body lotion* dalam keputusan pembelian pengikut @ohmybautybank dapat

dijelaskan sebagai kesan yang terbentuk dibenak konsumen terkait dengan merek tersebut. Citra ini melibatkan berbagai faktor yang mempengaruhi persepsi dan preferensi pembelian, mulai dari kualitas produk hingga nilai-nilai yang merek ini tawarkan. Dalam konteks ini, pengikut @ohmybeautybank mungkin membentuk citra merek berdasarkan pengalaman pribadi, ulasan pengguna lain, informasi yang diterima dari sumber-sumber eksternal, serta kampanye pemasaran yang dilakukan oleh Marina *hand and body lotion*.

Harga yakni suatu bagian yang menjadi alasan konsumen untuk melakukan pengambilan keputusannya dalam melakukan pembelian untuk suatu produk. Harga ialah nilai yang harus diberikan untuk memperoleh barang ataupun jasa (Kotler & Armstrong, 2018). Harga memainkan peran strategik yang ada di pemasaran. Harga erat kaitannya dengan keputusan pembelian. Konsumen sejatinya teramat sensitif ketika berkaitan dengan harga serta menjadi cenderung memperhatikan harga, tinggi maupun rendah harga tetap terus menjadi perhatian yang utama bagi konsumen ketika melakukan pembelian pada sebuah produk atau jasa. Marina *hand and body lotion* menetapkan harga yang cukup untuk dijangkau dibanding dengan produk sejenis dari para pesaing.

Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pemahaman bahwasannya walaupun telah terdapat penelitian yang dilakukan sebelumnya yang menyelidiki pengaruh *electronic word of mouth*, citra merek dan harga dalam konteks keputusan pembelian, kajian spesifik yang berkaitan dengan akun @ohmybeautybank dan dampaknya pada keputusan pembelian Marina

hand and body lotion masih terbatas. Sementara itu, keputusan pembelian Marina *hand and body lotion* dipilih sebagai fokus penelitian karena produk ini memiliki posisi yang cukup signifikan dalam kategori perawatan kulit. Melalui pemahaman yang secara lebih mendalam tentang bagaimana pengikut @ohmybeautybank berinteraksi, berbagi informasi, dan merespons produk seperti Marina *hand and body lotion*, penelitian ini memiliki tujuan guna mengisi kesenjangan pengetahuan yang ada dan memberikan wawasan khusus tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di dalam konteks komunitas kecantikan daring.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Marina *hand and body lotion* pada pengikut akun X @ohmybeautybank?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Marina *hand and body lotion* pada pengikut akun X @ohmybeautybank?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Marina *hand and body lotion* pada pengikut akun X @ohmybeautybank?

C. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi penelitian pada variabel dan responden sebagai berikut:

1. Variabel independen dari penelitian ini adalah *electronic word of mouth*, citra merek, dan harga. Variabel dependen dari penelitian ini adalah keputusan pembelian.

2. Subjek dari penelitian ini adalah pengikut akun X @ohmybeautybank yang pernah melakukan pembelian produk Marina *hand and body lotion* dalam satu tahun terakhir.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian Marina *hand and body lotion* pada pengikut akun X @ohmybeautybank.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Marina *hand and body lotion* pada pengikut akun X @ohmybeautybank.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Marina *hand and body lotion* pada pengikut akun X @ohmybeautybank.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini membuka kesempatan yang diberikan kepada peneliti dalam melakukan pengembangan keterampilan penelitian, termasuk perancangan penelitian, proses mengumpulkan data, analisis data, serta menginterpretasikan hasil yang didapat. Proses ini dapat memperkaya keterampilan akademis yang peneliti miliki.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam mengisi kesenjangan pengetahuan dalam literatur akademis terkait *electronic word of mouth*, citra merek, harga dan keputusan pembelian, khususnya dalam konteks komunitas kecantikan daring.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini memiliki harapan untuk mampu memberikan pemahaman secara lebih baik terkait dengan bagaimana konsumen pengikut akun X @ohmybeautybank merespon dan berinteraksi dapat memberikan informasi strategis bagi perusahaan. Perusahaan mampu melakukan penyesuaian rencana pemasaran mereka demi menjangkau dan berinteraksi dengan pengikut akun tersebut.