

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan teknologi terus meningkat, menjadikan kebutuhan dan keinginan manusia mengalami perubahan. Perkembangan inilah muncul inovasi - inovasi yang berkembang mulai dari makanan, minuman, kesehatan, kecantikan hingga ke perawatan tubuh. Pertumbuhan bisnis yang semakin berkembang dan meningkat membuat perusahaan harus terus melakukan penetapan strategi pemasaran yang tepat bertujuan agar perusahaan mampu bertahan di tengah persaingan bisnis. Saat ini konsumen mulai selektif dalam penentuan dan pemilihan sebuah produk untuk digunakan. Hal ini terjadi karena perkembangan teknologi dan informasi yang berkembang cepat membuat konsumen dapat memperoleh informasi dan pengetahuan. Perusahaan harus mampu merancang strategi agar konsumen memberikan respon yang positif dari produk yang ditawarkan.

Persaingan antar pasar industri perawatan pribadi semakin kompetitif. Hal ini terbukti dengan banyaknya jenis body lotion produksi dalam negeri dan produksi luar negeri yang beredar di Indonesia. Salah satu produk kecantikan yang sedang viral dan digemari oleh para remaja sampai dewasa adalah produk kecantikan Ms Glow. Ms Glow adalah skincare dan kosmetik yang sudah memperoleh sertifikat BPOM seperti sertifikat halal pada pemerintah Indonesia, Ms Glow didirikan dari tahun 2013 oleh Shandy Purnamasari dan Maharani Kemala. Salah satunya produk body lotion, produk body lotion Ms Glow itu memiliki pesaing seperti Nivea, Vaselline, Dosting, D'Savlor, Hb Whitening, Beauty lotion, The Body Shop dan Mimi White.

Shopee telah dikenal sebagai salah satu market place yang menguasai pasar di Asia Tenggara seperti Indonesia, Singapura, Thailand, Malaysia, Filipina, dan juga Taiwan. Salah satu orang yang berkontribusi besar dalam perkembangan Shopee memiliki nama lengkap Chris Zhimin Feng. Anak muda ini kemudian dikenal dengan sebutan Chris Feng. Shopee adalah platform belanja online terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan. Diluncurkan tahun 2015, Shopee merupakan sebuah

platform yang disesuaikan untuk tiap wilayah dan menyediakan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat. Berikut akan ditampilkan Tabel Top Brand Body Lotion Terlaris di Shopee pada periode 1-15 Agustus 2021

Tabel 1.1
Top Brand body Lotion Terlaris di Shopee pada periode 1-15 Agustus 2021

Brand	Presentase
Scarlett Whitening	29,3%
Nivea	5,2%
Vaseline	4,6%
Dosting	4,4%
Ms Glow	2,5%
D'Savlor	1,9%
Hb Whitening	1,9%
Beauty Lotion	1,7%
The Bosy Shop	1,7%
Mimi White	1,5%

Sumber: compass.co.id (2022)

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut dapat dilihat bahwa data body lotion terlaris di shopee Ms Glow berada penguasa pangsa pasar ke 5 yang bersaing dengan 4 brand body lotion teratas antara lain urutan pertama adalah scarlett whitening dan di urutan selanjutnya ada nivea, Vaseline, dosting. Ms Glow hanya menguasai hasil sebesar 2,5%. Data diatas dapat menggambarkan adanya permasalahan pada minat beli kosumen body lotion Ms Glow di shopee, yang dapat di pengaruhi oleh kualitas produk(X1), *brand image*(X2), *electronic word of mouth*(X3).

Minat beli adalah suatu keinginan untuk membeli suatu produk atau jasa akibat pengaruh baik eksternal maupun internal dimana sebelumnya dilakukan evaluasi terhadap produk atau jasa yang akan dibeli. Minat beli dapat ditingkatkan dengan memperhatikan faktor-faktor, antara lain faktor internal dan faktor eksternal. Faktor pendorong yang berasal dari faktor internal yaitu keyakinan, keluarga, dan diri

sendiri, sedangkan faktor pendorong yang berasal dari faktor eksternal yaitu diluar diri, sahabat, dan sales.

Kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli (NR Halim 2019) Menurut Kotler dan Amstrong (2012:283) kualitas produk berhubungan dengan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk ke dalam keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan dalam pengoprasiaan dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Menurut Gaol et.al (2016:127) mengemukakan bahwa kualitas adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsi – fungsinya. Menurut Weenas (2013:609) kualitas produk adalah kemampuan untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan minat beli.

Brand image dapat mempengaruhi minat beli (Zahra Dhaefina 2021) Menurut Kotler & Keller (2012:248), keyakinan serta persepsi yang dimiliki oleh seorang konsumen seperti sebuah ingatan mengenai produk yang mencerminkan sebuah hal saat mendengar sebuah slogan tentang produk yang tertanam dalam benak konsumen merupakan penjelasan dari citra merek. Di dalam Hal ini menunjukkan bahwa merek yang sudah dikenal baik oleh masyarakat, maka dapat membuat konsumen percaya terhadap produk tersebut dan adanya minat untuk membeli produk tersebut.

Electronic Word of Mouth dapat mempengaruhi minat beli (Sypha Rachmayati 2022) e-WOM adalah pernyataan positif atau negative yang dibuat oleh pelanggan, aktual, atau mantan pelanggan tentang suatu produk atau perusahaan yang dibuat untuk banyak orang dan lembaga melalui internet. Pertukaran informasi melalui cara E-WOM menjadi media yang penting bagi konsumen untuk mendapatkan informasi tentang kualitas produk dan kualitas layanan dari sebuah perusahaan atau produsen. E-WOM efektif dalam mengurangi resiko dan ketidakpastian yang

dialami konsumen saat membeli produk atau jasa, sehingga minat pembelian konsumen dapat dipengaruhi.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliian tertarik untuk meneliti dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Body Lotion Ms Glow di *Ecommerce* Shopee Pada Mahasiswa Universitas Nasional.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian yaitu

1. Apakah Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap minat beli *Body lotion* Ms Glow di *ecommerce* shopee pada Mahasiswa Universitas Nasional?
2. Apakah *Brand Image* mempunyai pengaruh terhadap minat beli *Body lotion* Ms Glow di *ecommerce* shopee pada Mahasiswa Universitas Nasional?
3. Apakah *Electronic word of mouth* mempunyai terhadap minat beli *Body lotion* Ms Glow di *ecommerce* shopee pada Mahasiswa Universitas Nasional.



C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap minat beli *Body lotion Ms Glow* di *ecommerce shopee* pada Mahasiswa Universitas Nasional:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk terhadap minat beli *Body lotion Ms Glow* di *ecommerce shopee* pada Mahasiswa Universitas Nasional.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis *Brand Image* terhadap minat beli *Body lotion Ms Glow* di *ecommerce shopee* pada Mahasiswa Universitas Nasional.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis *Electronic Word of Mouth* terhadap minat beli *Body lotion Ms Glow* di *ecommerce shopee* pada Mahasiswa Universitas Nasional.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Pemilik Usaha

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap permasalahan Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap minat beli *Body lotion Ms Glow* di *ecommerce shopee* pada Mahasiswa Universitas Nasional.

b. Bagi Peneliti

Penulis ini agar dapat digunakan sebagai sarana penerapan ilmu yang di peroleh selama belajar di universitas, juga dapat digunakan sebagai wawasan tambahan di bidang pemasaran.