

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kecepatan perkembangan teknologi digital dan internet telah secara fundamental mengubah cara pelanggan berinteraksi dengan merek dan melakukan pembelian. Kemunculan e-commerce dan, lebih baru lagi, social commerce di mana platform media sosial seperti TikTok telah berkembang menjadi tempat belanja ritel yang sangat kuat menandai perubahan ini. Selain menciptakan lingkungan yang sangat dinamis, fenomena belanja melalui siaran langsung di TikTok Shop mengharuskan pemasar untuk memahami variabel-variabel yang memengaruhi keputusan pembelian, yang berbeda dari yang dilakukan melalui saluran ritel tradisional (Ratnasari & Ali, 2025).

Keputusan pembelian merupakan langkah kritis yang menentukan kelangsungan perusahaan dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk psikologi konsumen dan bauran pemasaran. Di tengah banyaknya pilihan di platform digital, penting bagi bisnis perawatan pribadi seperti Makarizo untuk memahami dinamika yang mendasari keputusan konsumen, terutama untuk sampo kondisioner. Kemampuan merek untuk secara efektif merangsang, meyakinkan, dan memfasilitasi keputusan pembelian konsumen sangat krusial bagi kesuksesan penjualan.

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Shampoo di Tiktok Shop

Produk Makarizo	Jumlah Pembelian
2021	15,8%
2022	22,3%
2023	19,2%
2024	22,8%
2025	25,2%

Sumber: 1 <https://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan data tersebut, meskipun terjadi peningkatan secara keseluruhan dari 2021 hingga 2025, tren penjualan Makarizo memiliki karakteristik fluktuatif. Hal ini terlihat dari penurunan persentase pada tahun 2023 (19,2%) setelah

mengalami kenaikan di tahun sebelumnya. Kondisi ini mengindikasikan adanya variabel eksternal atau persepsi konsumen terkait harga dan kualitas yang perlu dikaji lebih mendalam.

Harga diskon merupakan salah satu faktor paling efektif dalam menarik pelanggan dan mendorong pembelian cepat. Penawaran diskon seringkali disertai dengan batasan waktu dan kuantitas dalam konteks belanja melalui siaran langsung, yang secara psikologis memicu rasa terburu-buru dan pembelian impulsif (Rusni & Solihin, 2022). Penelitian menunjukkan bahwa diskon memainkan peran krusial sebagai stimulus promosi dengan dampak signifikan terhadap minat dan keputusan pembelian untuk berbagai produk, mulai dari perawatan kulit hingga minuman kopi (Dwi, 2021; Octhaviani & Sibarani, 2021; Maulana et al., 2024).

Meskipun diskon dapat memikat di awal, kualitas produk tetap menjadi dasar utama dalam membangun loyalitas dan kepuasan konsumen jangka panjang, meskipun ada daya tarik awal dari diskon (Feriyanasyah & Venanza, 2021). Kualitas yang dirasakan, termasuk efektivitas pembersihan, aroma, dan dampak jangka panjang terhadap kesehatan rambut, merupakan faktor krusial dalam produk perawatan rambut. Kualitas unggul menjamin transaksi berulang dan mengurangi risiko yang dirasakan konsumen saat berbelanja online (Baihaky et al., 2022; Montolalu et al., 2021). Oleh karena itu, kualitas merupakan janji nilai yang harus dipenuhi untuk Makarizo Conditioning Shampoo.

Di lingkungan digital yang didominasi oleh informasi, Testimoni Pelanggan telah menggantikan rekomendasi dari mulut ke mulut konvensional sebagai bukti sosial yang meyakinkan dalam dunia digital yang didorong oleh informasi. Ulasan, peringkat, dan unboxing produk adalah contoh testimoni yang memberikan konfirmasi autentik dari pelanggan sebelumnya, yang sangat diandalkan oleh calon pelanggan untuk mengurangi ketidakpastian (Lestari, 2025; Noorsari, 2024). Testimoni memiliki dampak yang sangat kuat terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk perawatan kulit dan kosmetik (Kholifah, 2023). Hal ini terutama berlaku untuk produk seperti Makarizo Conditioning Shampoo.

Selain kualitas produk dan harga, media sosial memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian. Menurut Hasanudin (2023), media sosial telah berkembang menjadi alat penting dalam pengambilan keputusan, terutama bagi generasi

milenial yang mengandalkan interaksi digital, ulasan, dan informasi visual sebelum melakukan pembelian. Dalam konteks TikTok Shop, video pendek, ulasan pengguna, dan promosi siaran langsung Makarizo dapat berfungsi sebagai bukti sosial, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan mendorong transaksi yang cepat.

Menurut Mudi (2025) dan Fauziah & Nuryani (2025), TikTok Shop menawarkan metode berbelanja alternatif di mana interaksi melalui siaran langsung menonjolkan elemen-elemen khusus seperti pemasaran influencer dan demonstrasi produk secara langsung. Dalam situasi ini, penawaran diskon mendesak, kualitas visual yang menarik, dan testimoni langsung yang diberikan selama sesi siaran langsung dapat bekerja sama untuk mempengaruhi keputusan pembelian dengan cara yang lebih kuat atau kompleks, sehingga memerlukan penelitian yang mendalam.

Kesenjangan penelitian ditunjukkan oleh ketidaksepakatan dalam hasil studi sebelumnya dan kebutuhan untuk menguji model dalam konteks yang sangat spesifik, yaitu produk Makarizo Conditioning Shampoo dan platform TikTok Shop. Untuk menentukan apakah kombinasi tiga faktor utama harga diskon, kualitas produk, dan testimoni pelanggan memiliki dampak yang signifikan dan sejauh mana masing-masing aspek mempengaruhi pembelian dalam lingkungan belanja live streaming yang unik, diperlukan bukti empiris.

Makarizo Conditioning Shampoo adalah merek terkenal di industri perawatan rambut, namun kini menghadapi persaingan dari merek-merek baru di platform perdagangan sosial yang berkembang pesat, sehingga pemilihan merek ini sebagai subjek penelitian menjadi menarik. Memahami faktor-faktor yang paling memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli di TikTok Shop dapat memberikan informasi strategis penting bagi manajer merek dalam merancang kampanye pemasaran digital yang terfokus.

Penelitian berjudul “Pengaruh Harga Diskon, Kualitas Produk, dan Testimoni Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Conditioning Shampoo Makarizo Pengguna Tiktok Shop di Kecamatan Sukmajaya Depok.” dianggap relevan untuk dilakukan. Penelitian ini penting karena dapat mengungkap cara-cara di mana ketiga faktor tersebut berinteraksi dan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan muda. Diharapkan temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan bagi perusahaan dalam

merancang rencana pemasaran digital yang lebih sukses untuk meningkatkan daya saing Makarizo dan memperkuat loyalitas pelanggan di industri perawatan rambut Indonesia.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah harga diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Conditioning Shampoo Makarizo pada pengguna Tiktok Shop di Kecamatan Sukmajaya, Depok?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Conditioning Shampoo Makarizo pada pengguna Tiktok Shop di Kecamatan Sukmajaya, Depok?
3. Apakah testimoni pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Conditioning Shampoo Makarizo pada pengguna Tiktok Shop di Kecamatan Sukmajaya, Depok?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh harga diskon terhadap keputusan pembelian produk Makarizo pada pengguna Tiktok Shop di Kecamatan Sukmajaya, Depok.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Makarizo pada pengguna Tiktok Shop di Kecamatan Sukmajaya, Depok.
3. Menganalisis pengaruh testimoni pelanggan terhadap keputusan pembelian produk Makarizo pada pengguna Tiktok di Kecamatan Sukmajaya, Depok.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini mempunyai manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dalam bidang pemasaran digital, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen di platform *social commerce* seperti TikTok Shop. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkuat teori-teori mengenai pengaruh harga diskon, kualitas produk, dan testimoni pelanggan terhadap keputusan pembelian dalam konteks pemasaran modern berbasis media sosial.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan Makarizo dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik minat. Dengan memahami pengaruh harga diskon, kualitas produk, dan testimoni pelanggan, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi promosi di TikTok Shop guna meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen.

