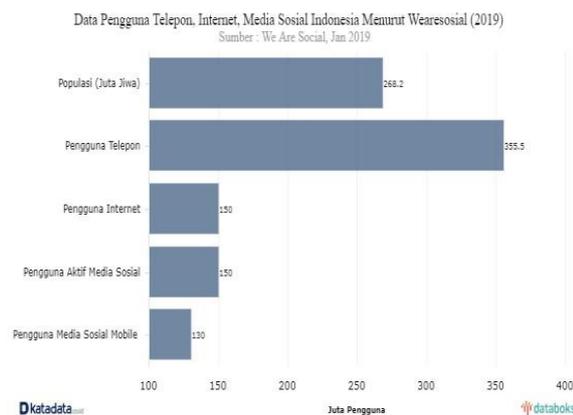


# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis di era globalisasi yang semakin kompleks membuat pemasar produk menempuh berbagai strategi dalam mempertahankan pangsa pasar. Seiring berkembangnya zaman perusahaan harus berkembang dan berinovasi agar mampu mempertahankan bisnisnya sehingga berbagai strategi akan diterapkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Strategi yang diterapkan haruslah unik agar mampu mengikuti perkembangan teknologi. Internet menjadi salah satu kebutuhan masyarakat, menjamurnya sosial media yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun menjadikan masyarakat memberi dan mencari informasi melalui sosial media. Hal ini ditunjukkan oleh survei yang dilakukan oleh Wearesosial Hootsuite.



**Gambar 1.1 Hasil Survei Wearesosial Hootsuite**

Jumlah pengguna media sosial yakni sebesar 150 juta jiwa atau sebesar 59% dari total populasi masyarakat Indonesia. Hal ini membuat perusahaan PT. Paragon Technology and Innovation yang bergerak di bidang kosmetik terus berinovasi dalam memasarkan produknya, Wardah menjadi salah satu produk unggulannya karena berhasil mendapatkan predikat pionir *brand* kosmetik halal pertama Indonesia. Mengikuti perkembangan era moderen dalam pemasarannya Wardah menggunakan *celebrity endorser*.

Selebriti dikenal sebagai musisi, pemain film dan bintang TV yang memiliki kepribadian yang berbeda. Selebriti juga dikenal sebagai olahragawan, politikus, seniman, pengusaha dan lain sebagainya (McCracken, 1989).

Beberapa *celebrity endorser* yang digandeng wardah sejak tahun 2011 yakni Inneke Koesherawati dan Ria Miranda yang tentunya memiliki latar belakang yang berbeda akan tetapi tetap memiliki satu visi yang sama dengan Wardah. Pada 2011 yakni Dian Pelangi, seorang *fashion designer* juga digandeng Wardah yang mana Dian Pelangi memulai karirnya dengan mengikuti *fashion show* di kancah internasional untuk pertama kalinya pada bulan Mei 2009 di Melbourne, Australia (Aprilia, 2014). Di tahun yang sama Wardah menggandeng Sazkia Sungkar, yang memulai karirnya sebagai pemain sinetron. Wardah juga menggandeng Dewi Sandra yang memulai karirnya sebagai model dan penyanyi. Di tahun 2016 Raline Shah,

Tatjana Saphira dan Natasha Rizky yang merupakan seorang model dan aktris juga menjadi *celebrity endorser* Wardah ([www.wardahbeauty.com](http://www.wardahbeauty.com))

Sejak menjadi *celebrity endorser* dan *brand ambassador* Dian Pelangi, Sazkia Sungkar, Inneke, Ria Miranda, Natasha Rizky, Tatjanasaphira, Ralineshah dan Dewi Sandra memulai tugasnya untuk membantu memasarkan produk Wardah di media sosial Instagram.

Tabel 1.1 *Celebrity Endorser* dan *Brand Ambassador* Wardah

Nama Akun Instagram	Pengikut
@dianpelangi	>5.000.000
@sazkiasungkar	>18.800.000
@dewisandra	>6.200.000
@innekekes	> 900.000
@riamiranda	> 800.000
@natasharizky	> 18.800.000
@tatjanasaphira	> 1.900.000
@ralineshah	> 6.200.000

Sumber: Instagram

Dengan jumlah lebih dari 800 ribu pengikut akun intagram yang berasal dari Indonesia maupun manca negara, dalam hal ini akan membantu Wardah dalam mengenalkan produknya di Indonesia maupun luar negeri. Kota Surakarta merupakan salah satu kota sasaran dari pemasar Wardah

yakni dengan dibukanya *wardah beauty house* pada bulan September 2019 di Surakarta (Adiningtyas, 2019).

Survei yang dilakukan oleh *Top Brand Index* menyebutkan bahwa kenaikan jumlah *market share*, *top of mind share*, *top of commitment share* (*TBI*) Wardah meningkat mulai dari tahun 2011. Dimulai dari tidak masuk jajaran 10 besar di *Top Brand Index* hingga meraih *top brand* di berbagai kategorinya. Salah satu kategorinya adalah kategori lipstik.

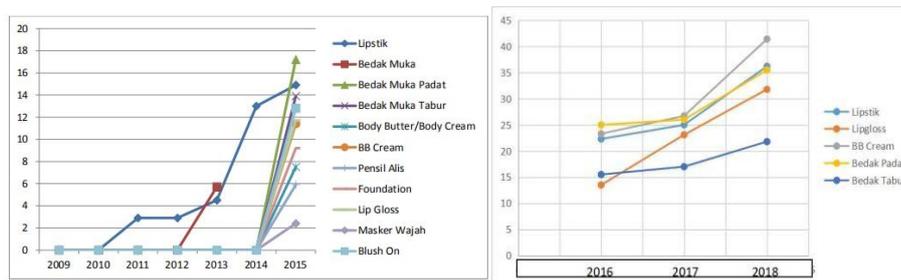
Dilansir dari website resmi Top Brand Index, didapatkan data kategori lipstik terpopuler tahun 2019 sebagai berikut:

Tabel 1.2 Top Brand Index Lipstik Terpopuler Tahun 2019

BRAND	TBI	KATEGORI
Wardah	22.3%	TOP
Revlon	13.3%	TOP
Pixy	9.3%	
Viva	8.9%	
Sariayu	7.7%	
Oriflame	6.5%	
La Tulipe	5.5%	

Sumber:Top Brand Index 2019

Dalam kategori penjualan lipstik, Wardah menduduki peringkat utama dengan 22,3% dan mendapatkan predikat TOP. Di posisi kedua Revlon mendapatkan predikat TOP dengan persentase 13,3% pada kategori produk yang sama.



**Gambar 1.2 Top Brand Index**

Dari tinjauan *online* terlihat adanya peningkatan volume penjualan produk Wardah setelah mengandeng *celebrity endorser*. Maka dari penjelasan diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Niat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Produk Wardah di Surakarta)”

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *likability endorser* berpengaruh terhadap niat beli konsumen produk Wardah?
2. Apakah *credibility endorser* berpengaruh terhadap niat beli konsumen produk Wardah?
3. Apakah *personality endorser* berpengaruh terhadap niat beli konsumen produk Wardah?
4. Apakah *attractiveness endorser* berpengaruh terhadap minat beli konsumen produk Wardah?

5. Apakah *expertise endorser* berpengaruh terhadap niat beli konsumen produk Wardah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *likability endorser* terhadap minat beli konsumen produk Wardah
2. Untuk menganalisis pengaruh *credibility endorser* terhadap minat beli konsumen produk Wardah
3. Untuk menganalisis pengaruh *personality endorser* terhadap minat beli konsumen produk Wardah
4. Untuk menganalisis pengaruh *attractiveness endorser* terhadap minat beli konsumen produk Wardah
5. Untuk menganalisis pengaruh *expertise endorser* terhadap minat beli konsumen produk Wardah

### **D. Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang lebih luas mengenai minat beli konsumen produk Wardah yang ditimbulkan oleh *celebrity endorser*.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

- a. Akademisi, yaitu memberikan sumbangan ilmu yang positif untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai Niat Beli dan *Celebrity Endorser* sehingga dapat dijadikan salah satu sumber referensi pada penelitian selanjutnya.
- b. Perusahaan, yaitu memberikan informasi tambahan mengenai pentingnya menggunakan *celebrity endorser* dalam membantu menarik niat beli pada produknya.
- c. Masyarakat, yaitu memberikan informasi yang jelas mengenai *celebrity endorser*, terutama pada produk Wardah.

### **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan Skripsi ini dimaksudkan untuk mempermudah pembaca memahami alur penulisan skripsi. Secara umum sistematika penulisan skripsi tersusun menjadi lima bab, yaitu:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan akan membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi berupa uraian singkat.

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab tinjauan pustaka berisi tentang teori-teori yang diambil dari kutipan buku, jurnal, serta beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan

dengan materi penyusunan laporan penelitian skripsi, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis dalam laporan penelitian skripsi.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab metodologi penelitian akan membahas tentang desain penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab hasil penelitian dan pembahasan akan membahas mengenai analisis yang dilakukan penulis terhadap hasil penelitian melalui metode analisis data yang telah ditentukan pada bab tiga. Pengujian hasil penelitian antara lain memuat pengaruh *likeability endorser*, *credibility endorser*, *personality endorser*, *attractiveness endorser*, *expertise endorser* terhadap Niat Beli.

### **BAB V: PENUTUP**

Pada bab penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti.