

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini media memiliki peranan penting dalam upaya penyebaran informasi, baik melalui media cetak maupun media elektronik. Salah satu yang memanfaatkan media elektronik adalah *beauty vlogger*, *beauty vlogger* sendiri merupakan seseorang yang mempunyai kegemaran dalam hal kecantikan dan mengulas serta menyebarkan informasi tersebut melalui *platform youtube*.

Di Indonesia *beauty vlogger* mempunyai pengaruh besar terhadap intensitas pembelian produk kosmetik, salah satu merek kosmetik yang sering di *review* oleh *beauty vlogger* adalah Maybelline. Produk Maybelline merupakan produk kosmetik yang berasal dari New York, Amerika Serikat dan merupakan merek kosmetik nomor satu di dunia.

Kosmetik sendiri saat ini sangat diminati banyak kalangan terutama kalangan remaja dengan rentang usia 17-25 tahun, selain itu remaja sendiri merupakan kalangan yang paling konsumtif mengakses media elektronik terutama pada *platform youtube*. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh para *beauty vlogger* untuk menyampaikan informasi mengenai dunia kecantikan kepada masyarakat yang disebut dengan *viewers*.

Adanya pengaruh yang besar dari *review* seorang *beauty vlogger*, banyak remaja yang akhirnya membeli produk kosmetik Maybelline dan merasa bahwa dirinya cocok menggunakan produk tersebut karena sesuai

dengan jenis kulit mereka, selain itu produk Maybelline juga dikenal memiliki inovasi untuk produk mereka dengan harga yang terjangkau untuk remaja khususnya untuk kalangan mahasiswa sehingga mereka membeli produk tersebut.

Pengaruh dari *beauty vlogger* yang menyebabkan konsumen akhirnya membeli produk Maybelline antara lain adalah rekomendasi dari *beauty vlogger* tersebut, figur dari *beauty vlogger* itu dan komunikasi yang disampaikan oleh *beauty vlogger* sehingga konsumen memutuskan untuk membeli produk kosmetik Maybelline. Dalam industri kosmetik sangat berpengaruh dalam nilai jual produk kosmetik di pengaruhi oleh sosial media dan infeluenser untuk saat ini tasya farasya salah satu yang berpengaruh dalam dunia kecantikan (Aulia, 2018). Dalam hal tersebut dapat mengikatkan penjualan produk yang direview salah satunya produk Maybelline .

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah rekomendasi *beauty vlogger* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline?
2. Apakah figur *beauty vlogger* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline?
3. Apakah komunikasi *beauty vlogger* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh rekomendasi *beauty vlogger* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline.
2. Untuk menganalisis pengaruh figur *beauty vlogger* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline.
3. Untuk menganalisis pengaruh komunikasi *beauty vlogger* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah keragaman ilmu dan meningkatkan kompetensi di bidang manajemen pemasaran baik untuk saat ini ataupun di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman dalam penyusunan dan penerapan strategi untuk keberlangsungan hidup perusahaan produk kosmetik Maybelline.

E. Sistematika Penulisan

Secara umum penulisan proposal penelitian tersusun dalam tiga bab, dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisi uraian mengenai tinjauan teori yang melandasi penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, definisi operasional variabel, pengukuran variabel, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel data dan sumber data, serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang deskripsi data yang digunakan, hasil analisis dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan dan saran.