

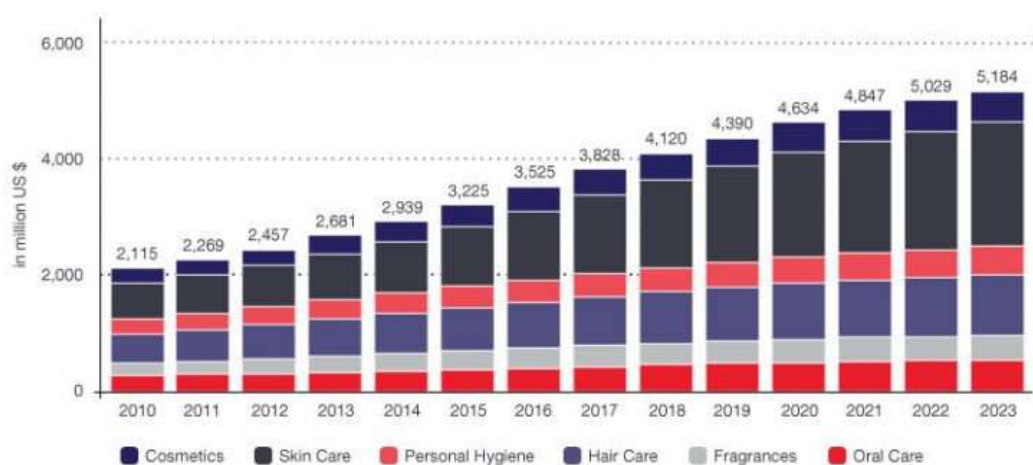
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya, berdasarkan data Kementerian Perindustrian, penjualan produk kosmetik dalam negeri mengalami pertumbuhan sekitar 15% dari Rp9,7 triliun di 2012 menjadi Rp11,2 triliun di tahun 2013, adapun saat ini terdapat 760 perusahaan kosmetik yang menyerap 75 ribu tenaga kerja secara langsung dan 600 ribu secara tidak langsung (Metrotvnews.com).

Di bawah ini gambar 1.1 menggambarkan pertumbuhan kosmetik di Indonesia dari tahun 2010-2023. Dari data di bawah ini dapat dilihat penjualan kosmetik terus meningkat di Indonesia, sehingga persaingan industri kosmetik menjadi semakin ketat.



Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Kosmetik di Indonesia

(Sumber : ([Http://Indonesianconsume.blogspot.com/](http://Indonesianconsume.blogspot.com/)))

PT Pusaka Tradisi Ibu atau sekarang menjadi PT Paragon Technology and Innovation adalah salah satu perusahaan yang memproduksi kosmetik. Produknya diproduksi dalam tiga merek, yaitu Putri, Zahra dan Wardah. Dalam penelitian ini digunakan studi kasus kosmetik dengan merek Wardah. Pemilihan ini didasarkan pada sistem penjualan dan segmen produk, disamping itu seluruh produknya telah mendapat sertifikasi halal yang di keluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Penjualan yang dimulai sejak tahun 1995 melalui *door to door* ini kemudian telah berkembang menjadi 1500 outlet yang tersebar di *Department Store* dan pusat penjualan lengkap dengan konsultan kecantikannya. (www.wardahbeauty.com).

Menurut Sumarwan (2004:258), pembelian produk dan jasa serta merek, pada selebriti bisa memiliki pengaruh kuat kepada konsumen. Shimp (2003:459) pemakaian endorser dalam sebuah iklan banyak dilakukan oleh pemasar untuk meningkatkan naiknya penjualan, penelitian yang dilakukan oleh Sebayang (2008:123:124) menunjukkan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Saat ini, Wardah telah melakukan promosi menggunakan *celebrity endorser*, iklannya muncul di TV hampir tiap hari, bintang iklannya berganti-ganti (dari Inneke Koeshrawati, Dewi Sandra, hingga Tjatjana Saphira).

Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti penelitian yang dilakukan oleh Isyanto (2012:861) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Wardah

merupakan kosmetik yang memiliki kualitas baik, kosmetik yang terjamin dalam segi kualitas dan keamanan adalah kosmetik yang legal yaitu yang telah terdaftar di BPOM ([Http://tikamustofa.wordpress.com](http://tikamustofa.wordpress.com)).

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, *celebrity endorsement* berpengaruh terhadap minat beli, namun pada kenyataannya tingkat pertumbuhan kosmetik Wardah di Kota Semarang dari tahun 2012 sampai tahun 2014 mengalami penurunan, dimana peningkatan pada tahun 2012 ke tahun 2013 lebih besar yaitu 2,72% daripada peningkatan pada tahun 2013 ke 2014 yaitu sebesar 2%. Hal ini melatarbelakangi penulis untuk meneliti “PENGARUH SELEBRITI ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI PRODUK WARDAH DI SURAKARTA”.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil judul “Pengaruh Selebriti Endorsement Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Surakarta” dengan dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh daya tarik selebriti endorsement terhadap minat beli konsumen produk Wardah di Surakarta?
2. Adakah pengaruh kepercayaan selebriti endorsement terhadap minat beli konsumen produk Wardah di Surakarta?
3. Adakah pengaruh keahlian selebriti endorsement terhadap minat beli konsumen produk Wardah di Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latarbelakang dan rumusan masalah di atas, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh daya tarik selebriti endorsement terhadap minat beli konsumen produk Wardah di Surakarta
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kepercayaan selebriti endorsement terhadap minat beli konsumen Wardah di Surakarta
3. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh keahlian selebriti endorsement terhadap minat beli konsumen Wardah di Surakarta

D. Manfaat Penelitian

Setelah mendapatkan rumusan masalah yang ingin diteliti dan tujuan yang dicapai maka kontribusi yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah keberagaman ilmu dan meningkatkan kompetensi di bidang manajemen pemasaran, khususnya untuk *celebrity endorsement* dan minat beli baik saat ini ataupun masa depan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah wawasan dan informasi serta perbandingan teori yang telah diperoleh selama berada diperkuliahan agar dapat diterapkan untuk menganalisa permasalahan yang ditulis peneliti.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan, saran maupun informasi bagi perusahaan untuk memenuhi kepuasan konsumen. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai acuan untuk kedepannya.

c. Bagi Civitas Akademis atau Pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan sumber acuan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang studi pemasaran yang mana diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk perkembangan studi.

3. Manfaat Empiris

Penelitian empiris merupakan penelitian yang berdasarkan dari kejadian nyata yang pernah dialami, manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Membantu manusia untuk meningkatkan kemampuannya dalam menginterpretasikan sebuah fenomena-fenomena yang terjadi didalam masyarakat dan sekitar yang bersifat kompleks dan saling berkaitan.
- b. Dapat digunakan untuk mengembangkan dan mengingat penelitian-penelitian terdahulu.
- c. Dapat digunakan sebagai media untuk perkembangan ilmu pengetahuan. Melalui penelitian yang dilakukan maka dapat ditemukan sesuatu yang baru atau pun penyempurnaan pengetahuan yang telah ada sebelumnya.

E. Sitematika Penulisan

Secara umum penulisan tersusun dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang latarbelakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan tentang landasan teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian, penelitian terdahulu dan teori-teori relevan lainnya yang mendukung penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel serta metode analisis data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dari penelitian yang berisi gambaran umum objek dan penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

PENUTUP

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang kesimpulan yang didapat dari sebuah penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran sesuai dengan hasil analisa data yang dilakukan.