

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia yang sedang berkembang saat ini, pemasaran menjadi lebih dominan dan sangat penting dalam proses penjualan dan pembelian. Dalam proses pembelian, teknologi membantu meningkatkan pemanfaatan inovasi dalam prospek penjualan. Namun, kemajuan teknologi saat ini telah meningkatkan kebutuhan manusia terhadap informasi.

Per Januari 2023, platform media sosial yang paling populer di Indonesia adalah WhatsApp, Instagram, dan Facebook, dengan Tiktok menempati peringkat keempat, dengan 70,8% pengguna, peningkatan signifikan dari 63,1% pada tahun sebelumnya (Rahmawati & Hidayat, 2023).

Dengan berbagai promosi menarik seperti diskon, voucher gratis ongkos kirim, dan kemudahan pembayaran melalui berbagai dompet digital, pengguna Tiktok dapat dengan mudah memilih barang yang ingin mereka beli. Ada beberapa variabel penting yang akan dibahas dalam penelitian ini sesuai dengan judulnya. Variabel-variabel ini adalah sebagai berikut: citra merek sebagai x_1 , kualitas produk sebagai x_2 , pengalaman pelanggan sebagai x_3 , dan keputusan pembelian sebagai y .

Konsumen menganggap merek sebagai memiliki citra merek yang baik, yang dapat didasarkan pada pengalaman pribadi mereka atau rekomendasi orang lain. Citra merek ini dapat diukur dengan menggunakan tiga elemen utama merek:

kekuatan, keunikan, dan daya tarikan. Konsumen sering memilih barang yang memiliki citra merek yang baik di Masyarakat (Iswanto & Wibowo, 2023).

Kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dikenal sebagai kualitas produk. Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, yang menghasilkan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Wicaksono *et al.*, 2023).

Mengelola pelanggan secara strategis dari pengalaman mereka menggunakan produk perusahaan dikenal sebagai pengalaman pelanggan. Pengalaman ini terdiri dari pengetahuan pelanggan yang diperoleh dari interaksi mereka dengan komponen yang dibuat oleh penyedia layanan (Patmawati, 2023).

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap informasi dan bagaimana mereka membuat kesimpulan tentang apa yang akan mereka beli (Mahali, 2023)

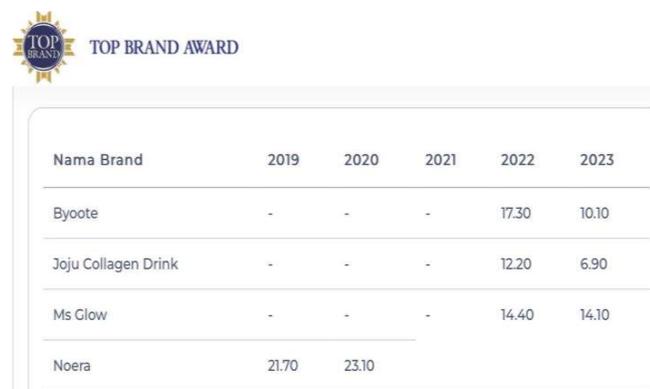
Noera Collagen Drink yakni minuman dengan merek kolagen dari merek Noera by Reisha, produsen kosmetik lokal yang berbasis di Bandung, Jawa Barat. Didirikan oleh pasangan Bernama Bryan Pratama dan Reisha Novandita dengan berbagai produk unggulan, termasuk Noera Collagen Drink dan Exfoliating Foot Mask dan Juicy Tint. Produk Reisha lainnya termasuk sunscreen, serum, dan lips serum, antara lain. Untuk memastikan bahwa produk Noera aman untuk digunakan, mereka memiliki ijin BPOM dan bersertifikasi halal.

Dalam pasar yang semakin kompetitif, di mana banyak merek menawarkan produk dengan masalah dan situasi konsumen yang serupa, membuat keputusan

pembelian yang tepat menjadi semakin sulit. Pengenalan produk baru seperti Noera Collagen Drink menambah kesulitan dalam memilih produk minuman kolagen. Akibatnya, produsen menjadi lebih kompetitif untuk menawarkan berbagai perspektif pemasaran untuk menarik konsumen dari berbagai sudut pandang. Akibatnya, mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Noera Collagen Drink semakin penting.

Namun, ada juga masalah yang dihadapi masyarakat, salah satunya tentang citra merek Noera. Pada tahun 2019 dan 2020, produk ini sangat bagus dan menjual lebih banyak daripada merek kecantikan lain. Namun, dari 2021 hingga 2023, penjualan Noera menurun karena kesadaran merek yang rendah di kalangan konsumen, yang dapat mengurangi minat konsumen untuk mencobanya karena mereka cenderung memilih merek lain.

Gambar 1. 1 Data Penjualan Produk Minuman Kolagen Tahun 2019-2023



The image shows a screenshot of the 'TOP BRAND AWARD' website. At the top left is the logo, and at the top right is a hamburger menu icon. Below the header is a table with the following data:

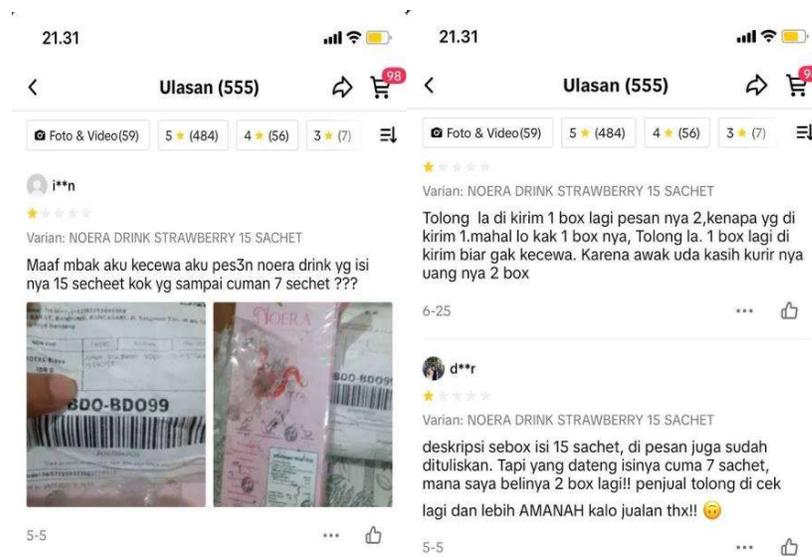
Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
Byoote	-	-	-	17.30	10.10
Joju Collagen Drink	-	-	-	12.20	6.90
Ms Glow	-	-	-	14.40	14.10
Noera	21.70	23.10			

Sumber: *Top Brand Award*

Dari gambar di atas, jelas bahwa Noera adalah salah satu merek kecantikan terbaik dari 2019 hingga 2020. Namun, dari 2021 hingga 2023, Noera tidak masuk dalam top brand.

Selain itu, variabel kualitas produk termasuk masalah seperti ketidakpuasan konsumen dengan produk yang tersedia di platform ini. Masalah yang paling umum adalah ketidaksesuaian antara produk yang dipesan oleh pelanggan dan produk yang diterima, bahkan terkadang produk yang diiklankan di platform berbeda dengan produk yang diterima oleh pelanggan. Situasi ini menimbulkan keraguan dan kebingungan di antara orang-orang tentang pembelian barang yang diiklankan di Tiktok.

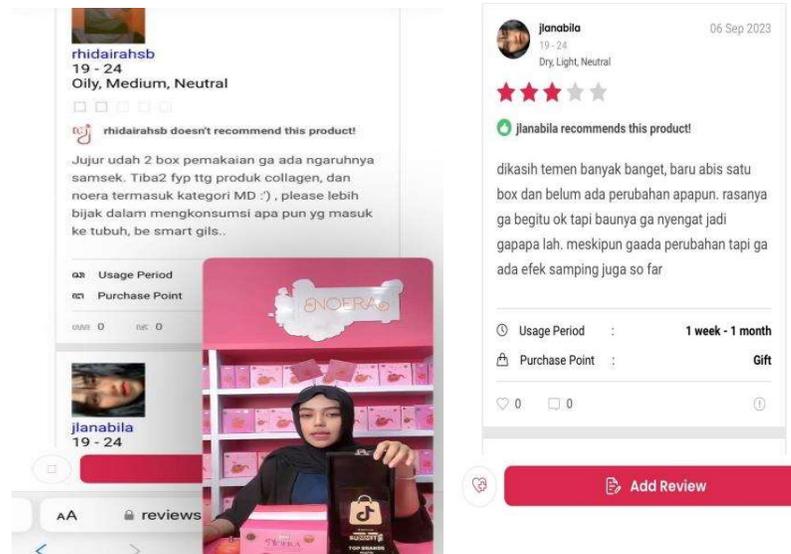
Gambar 1. 2 Kualitas Produk



Gambar di atas menunjukkan bahwa ada ulasan negatif tentang produk Noera Collagen Drink. Ini karena pesanan pelanggan tidak sesuai dengan produk yang mereka terima. Akibatnya, pelanggan tidak lagi membeli produk ini.

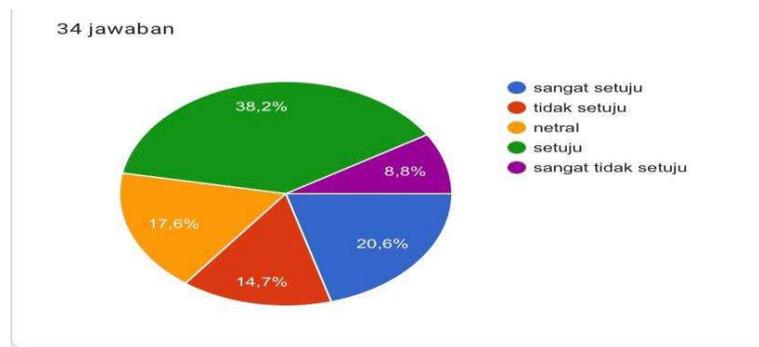
Pengalaman pelanggan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa banyak pelanggan tidak puas dengan produk ini, sehingga konsumen tidak tertarik untuk membeli produk ini.

Gambar 1.3 Pengalaman Pelanggan



Komentar konsumen tentang produk Noera Collagen Drink menunjukkan ketidakcocokan dan ketidakefektifan, seperti yang ditunjukkan pada gambar di atas.

Terakhir, tetapi tidak kalah pentingnya, ada masalah dengan keputusan pembelian Noera Collagen Drink. Ini ditunjukkan dalam diagram di bawah ini.

Gambar 1. 4 Keputusan Pembelian

Sumber: **Survei Pra Penelitian**

Hasil dari survei pra penelitian tentang masalah yang terkait dengan keputusan pembelian Noera Collagen ditunjukkan pada diagram di atas. Disebutkan bahwa karena pilihan produk Noera yang sedikit dan terbatas, konsumen tidak tertarik untuk membeli produk tersebut. Dari 34 orang yang menjawab, 20,6% menyatakan sangat setuju, 14,7% menyatakan tidak setuju, 17,6% menyatakan netral, 38,2% menyatakan setuju, dan 8,8% tidak setuju. Hasilnya menunjukkan bahwa keputusan pembelian noera collagent ada masalah.

Berdasarkan konteks di atas, peneliti ingin melakukan penelitian tentang **"Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Noera Collagen Drink Di Tiktok."**

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah disajikan, peneliti dapat menentukan masalah utama yang menjadi fokus penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Kesadaran akan merek Noera Collagen Drink di Tiktok sangat rendah.
2. Kualitas produk Noera Collagen Drink yang tidak konsisten.

3. Pengalaman konsumen dengan merek Noera Collagen Drink yang tidak memuaskan di Tiktok.
4. Pelanggan tidak tertarik untuk membeli produk Noera Collagent karena pilihannya yang terbatas.

1.3 Batasan Masalah

Studi ini menganalisis citra merek, kualitas produk, dan pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembeli Noera Collagen Drink di Tiktok. Oleh karena itu, batasan penelitian harus dibuat agar penelitian yang akan dilakukan lebih komprehensif dan terkonsentrasi. Batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan meneliti bagaimana citra merek, kualitas produk, dan pengalaman pelanggan memengaruhi keputusan pembelian Noera Collagen Drink DI di Tiktok.
2. Dalam penelitian ini, kami menggunakan kuesioner elektronik melalui survei online di Tiktok untuk mengumpulkan data dari pelanggan yang telah terdaftar untuk Noera Collagen Drink.
3. Batasan Usia responden penelitian ini adalah 12 tahun ke atas.
4. Yang menggunakan produk Noera Collagen Drink adalah responden penelitian ini.

1.4 Rumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut, berdasarkan latar belakang penelitian sebelumnya:

1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Noera Collagen Drink di Tiktok?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Noera Collagen Drink di Tiktok?
3. Bagaimana pengaruh pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian Noera Collagen Drink di Tiktok?
4. Bagaimana pengaruh citra merek, kualitas produk, dan pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian Noera Collagen Drink di Tiktok?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Agar bisa mengidentifikasi pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Noera Collagen Drink di Tiktok.
2. Agar bisa mengidentifikasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Noera Collagen Drink di Tiktok.
3. Agar bisa mengidentifikasi pengaruh pengalaman konsumen terhadap keputusan pembelian Noera Collagen Drink di Tiktok.
4. Agar bisa mengidentifikasi pengaruh citra merek, kualitas produk, dan pengalaman konsumen dalam memengaruhi keputusan pembelian Noera Collagen Drink di Tiktok.

1.6 Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memiliki manfaat secara langsung maupun tidak langsung untuk pendidikan. Salah satu manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut::

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan bahwa penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman pembaca tentang bagaimana citra merek, kualitas produk, dan pengalaman pelanggan memengaruhi keputusan pembelian dalam konteks penjualan online, khususnya di Tiktok.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan yang kuat untuk penelitian yang akan datang dalam bidang ilmu yang sama atau terkait. Peneliti di masa yang akan datang dapat menggunakan temuan ini sebagai referensi dan panduan dalam mengembangkan penelitian mereka.
3. Untuk Universitas Putera Batam, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penelitian ilmiah dan membantu proyek penelitian masa depan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat membantu produsen Noera Collagen Drink membuat strategi pemasaran Tiktok mereka lebih baik. Ini akan membantu mereka membuat kampanye yang lebih menarik dan berfokus pada pelanggan.
2. Penulis berharap temuan penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran produk melalui media sosial, khususnya di Tiktok