

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada bagian ini, akan dibahas secara komprehensif berbagai komponen yang menjadi dasar dari pelaksanaan penelitian. Komponen tersebut mencakup penjabaran latar belakang yang melandasi dilakukannya studi, identifikasi terhadap permasalahan yang muncul, batasan yang digunakan untuk memperjelas ruang lingkup penelitian, perumusan masalah yang menjadi pokok bahasan, tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini, serta manfaat yang diharapkan dapat diperoleh baik secara teoritis maupun praktis. Seluruh elemen tersebut akan dirancang dan dijelaskan dengan mengacu secara spesifik pada inti dari permasalahan yang diteliti, yakni bagaimana pengaruh *e-WOM*, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam.

Dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan, ranah industri perawatan kulit mengalami lonjakan perkembangan yang begitu mencolok, seiring dengan tumbuhnya kepedulian publik terhadap urgensi menjaga vitalitas kulit sebagai refleksi dari praktik hidup sehat yang kian dijunjung tinggi. Perubahan pola pikir para konsumen yang semakin peduli terhadap kondisi kulitnya telah mendorong lonjakan permintaan terhadap berbagai produk perawatan kulit, baik yang bersifat dasar maupun yang akan menawarkan fungsi khusus. Pergerakan pasar yang terus berubah menjadi dorongan kuat bagi pelaku industri untuk menyusun strategi kreatif dalam mencipta produk yang relevan sekaligus kompetitif dan kompetitif (Mahdi, 2024: 11).

Untuk terus bertahan dan mencuat di tengah kompetisi produk perawatan kulit yang dapat semakin menggeliat setiap perusahaan akan dituntut untuk terus melakukan inovasi secara menyeluruh di berbagai aspek. Salah satu hal yang menjadi fokus utama adalah pengembangan formula produk yang tidak hanya memberikan hasil yang optimal, tetapi juga menjamin keamanan penggunaan bagi konsumen dalam jangka panjang. Konsumen masa kini cenderung lebih cermat dalam menilai kandungan suatu produk, sehingga keamanan menjadi nilai jual yang sangat penting. Di samping itu, tampilan produk melalui desain kemasan menarik, modern, dan fungsional juga turut memengaruhi daya tarik di mata konsumen. Dengan pendekatan yang relevan dan sesuai dengan karakteristik target pasar, perusahaan dapat menyampaikan nilai produk secara efektif, menjawab kebutuhan konsumen yang kini semakin kritis dan selektif dalam menentukan pilihan produk perawatan kulit yang akan digunakan.

Nivea Body Serum adalah salah satu produk perawatan tubuh yang akan menjadi objek penelitian dalam studi ini. Produk ini dikenal karena kemampuannya dalam merawat dan menjaga kelembaban kulit, memberikan perlindungan dari kekeringan, dan meningkatkan kesehatan kulit secara keseluruhan. Penelitian ini akan mengkaji berbagai aspek yang berdampak pada keputusan para pembeli untuk memilih dan menggunakan Nivea Body Serum, seperti persepsi *e-WOM*, kualitas produk dan kepercayaan yang berperan dalam membentuk keputusan pembelian. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami faktor yang mendorong konsumen untuk terus menggunakan produk ini, serta bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum.

Keputusan pembelian sebagai proses yang melibatkan berbagai langkah kompleks di mana konsumen menilai berbagai faktor untuk menentukan pilihan terhadap produk atau jasa tertentu. Awal dari proses ini terletak pada pengenalan akan kebutuhan spesifik yang belum terjawab, sehingga memunculkan inisiatif pencarian pengetahuan lanjutan. Konsumen kemudian membandingkan berbagai alternatif produk atau layanan yang tersedia, mempertimbangkan aspek-aspek seperti harga, kualitas, dan fitur, serta pada menilai reputasi merek atau penyedia layanan. Selama fase ini, para konsumen sering mengandalkan sumber informasi seperti informasi yang akan diperoleh dari media sosial untuk membantu dalam pengambilan keputusan pembelian (Yuniati & Siagian, 2023: 218). Informasi mengenai suatu data penjualan produk Body Serum terlaris sepanjang tahun 2025 dapat dilihat melalui pemaparan data yang disajikan pada bagian berikut ini:

Tabel 1.1 Body Serum Dengan Penjualan Tertinggi 2025

No	Nama <i>Brand</i>	Persentase
1	Citra	34.70%
2	Vaseline	22.10%
3	Marina	19.30%
4	Nivea	12.00%
5	Body Shop	7.20%
6	Viva	4.70%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (2025)

Jika ditinjau dari paparan data dalam Tabel 1.1 di bagian atas, dapat dilihat bahwa Nivea berhasil menempati posisi keempat dalam penjualan Body Serum tertinggi sepanjang tahun 2025. Meskipun demikian, pangsa pasar yang diperoleh oleh Nivea hanya sebesar 12,00%. Angka ini menunjukkan bahwa Nivea masih menghadapi tantangan besar dalam mengamankan perhatian dan suatu preferensi konsumen secara lebih dominan di pasar. Menurunnya keputusan pembelian

terhadap produk Nivea Body Serum dapat disebabkan oleh dinamika persaingan yang semakin intens dalam industri perawatan kulit. Saat ini, pasar dibanjiri oleh berbagai merek pesaing yang secara aktif meluncurkan produk-produk sejenis dengan keunggulan masing-masing. Banyak dari kompetitor menghadirkan inovasi menarik, seperti penggunaan suatu bahan-bahan alami yang lebih ramah bagi kulit, formulasi mutakhir yang diklaim lebih efektif, serta tambahan manfaat yang sesuai dengan tren dan kebutuhan konsumen masa kini, seperti efek mencerahkan. Kondisi ini menjadi tantangan besar bagi Nivea dalam mempertahankan pangsa pasarnya, mengingat konsumen kini memiliki banyak pilihan dan cenderung lebih kritis dalam mengambil keputusan pembelian.

E-WOM dapat dipahami sebagai proses komunikasi yang dilakukan oleh konsumen melalui *platform* digital mengenai berbagai produk, layanan, atau merek. Dalam konteks ini, *e-WOM* melibatkan pembagian pendapat, pengalaman, dan pada rekomendasi melalui media sosial, forum *online*, blog, dan situs ulasan (Cahyani & Ghazali, 2024: 43). Kehadiran *e-WOM* menjadikan para konsumen sebagai simpul informasi, bukan hanya menyerap konten, tetapi juga menyebarkannya dengan pengaruh yang nyata terhadap keputusan dari konsumen lainnya. Di samping itu, hubungan yang terbentuk memberikan suatu peluang bagi para konsumen untuk menyampaikan umpan balik secara lebih rinci. Melalui percakapan yang terus-menerus dan aktif, berkembanglah komunitas yang menjadi tempat pertukaran ide dan tanggapan antaranggota mengenai produk tertentu (Safitri & Soebiantoro, 2024: 6262). Dalam hal ini, terdapat berbagai *e-WOM* yang bersifat negatif yang disampaikan para pengguna Nivea Body Serum seperti uraian berikut:

- 

keulleegodeuwin
18 and Under

★ ★ ★ ★ ★

🚫 keulleegodeuwin doesn't recommend this product!

BIG NO, khususnya buat kalian yang punya dry skin. Warnanya pink and texturenya susah di blend. Bikin tekstur kulit lebih kasar Kalau pakai lotion ini badan juga kerasa lebih panas (sumuk). Untuk efek brightening-nya lumayan kelihatan.

21 Dec 2021
- 

naemarryanne
19 - 24
Dry, Medium D

★ ★ ★ ★ ★

🚫 naemarryanne doesn't recommend this product!

its a no no for me, bikin kulit aku jadi makin kerig. ga ngelembabin. emang sih harganya murah cuma kayanya di aku ngga ngaruh apa apa hiksss sedihhh daripada mubazir aku pake aja kalo mau tidur, wkwkwkwk. ngga cocok deh intinya di aku hadeuuu

16 Nov 2021
- 

ecasaputri
19 - 24
Normal, Medi

★ ★ ★ ★ ★

🚫 ecasaputri doesn't recommend this product!

pake ini bagus sih, cerahnya cepet. tapi sayang banget kalo pake kaos warna putih lama kelamaan kuning. jangan terlalu lama di bawah terik matahari, soalnya bikin gosong. . texturenya enak, wanginya gak nyegrak sih. gampang nyerep ke kulit. .

17 Jun 2022
- 

saffronz_
18 and Under
Combination,
Medium Light,
Warm

★ ★ ★ ★ ★

🚫 saffronz_ doesn't recommend this product!

udah pake ini beberapa bulan tapi menurut aku ga ada efek yang nampol gitu. awalnya make karena aku kira ini bakal bantu aku buat ngilangin belang di tangan, tapi ternyata ga ngaruh. akhirnya aku pake untuk ngelindungin kulit aja karena kan dia ada spf nya. cuma yang aku kurang suka itu, kan dia aku pake di siang hari yang otomatis aku bakal banyak kegiatan di outdoor dan bakal ngeluarin banyak keringet, nah dia ini licin gitu kalo kena air dan keringet. jadi aku kurang recommend kalian

13 Jul 2021
- 

oliviaavy
25 - 29
Combination,
Medium, Neut
ral

★ ★ ★ ★ ★

🚫 oliviaavy doesn't recommend this product!

bete bgt pake ini, dia di kulitku pas dipake lamaa banget nyerepnya, bahkan setelah dibalurkan susah diratain juga jadinya kayak nimbulin whitecast, padahal kulitku sawo matang jd agak gimana gitu, padahal efeknya di aku lumayan loh bs ngilangin belang, kurang suka formulanya sih, trs aku pikir dia lembab eh ternyata ga terlalu lembab.

14 Apr 2021
- 

ditafhero
25 - 29
Combination,
Medium Dark,
Neutral

★ ★ ★ ★ ★

🚫 ditafhero doesn't recommend this product!

Senang banget akhirnya habis! Bukan, bukan karena produknya works. Justru sebaliknya. Geregetan banget gak habis2 haha. Aku pakai produk ini barengan sama lotionnya. Bener2 gak nyerap di aku. Aku bawa tidur, besok siangnya kena air dikit masa langsung putih2 kayak baru diapply. Gak banget, deh. Klaimnya ada SPF 15. Susah juga percaya SPFnya ngaruh kalau produknya aja gak nyerap2.

23 Mar 2021
- 

lubnarabiya
18 and Under
Dry, Medium D
ark, Neutral

★ ★ ★ ★ ★

🚫 lubnarabiya doesn't recommend this product!

Mungkin, karena kulit ku Dry. Dia jadi susah banget di blend dan malah jadi abu2. Tapi ketika kulit ku lagi agak lembab. Dia emang nyerap. Tapi malah jadi kayak tone up cream aja sih. Jujur harga nya buat pelajar kayak aku mahal, dan dua kali beli dengan hasil kayak gitu bikin aku kecewa.

02 Mar 2021

Gambar 1.1 Komentar Negatif Pengguna Nivea Body Serum
Sumber: female daily (2025)

Jika dicermati pada Gambar 1.1, sejumlah pengguna Nivea Body Serum menyampaikan penilaian yang tidak sepenuhnya menguntungkan bagi citra produk tersebut. Sebagian besar komentar tersebut mencerminkan ketidakpuasan, dengan beberapa pengguna telah menyatakan bahwa meskipun mereka telah menggunakan produk ini secara rutin sesuai dengan petunjuk yang telah diberikan, mereka tidak merasakan manfaat yang dijanjikan, yaitu mencerahkan kulit. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan antara ekspektasi konsumen terhadap produk dengan hasil yang dialami, yang dapat berdampak pada persepsi dan kepuasan terhadap kualitas produk Nivea Body Serum. Beberapa komentar bahkan menyuarakan bahwa efek pencerahan kurang terasa, meskipun para penggunaannya dilakukan dengan secara konsisten dalam jangka waktu yang cukup lama.

Penilaian atas kualitas produk dilihat dari sejauh mana barang tersebut akan mampu menjawab kebutuhan serta preferensi konsumen secara tepat. Dalam hal ini, kualitas mencakup kemampuan barang tersebut untuk melampaui ekspektasi yang ada dalam beberapa kasus. Produk yang berkualitas tinggi biasanya ditandai oleh sejumlah karakteristik penting. Seperti konsistensi performa produk dari waktu ke waktu tanpa adanya kerusakan atau kegagalan yang tidak diinginkan, selain itu performa yang stabil di mana produk dapat berfungsi sesuai dengan spesifikasi dan janji yang diberikan oleh suatu produsen (Nadirah *et al.*, 2023:882). Keluhan disampaikan oleh pengguna Nivea Body Serum sebagaimana yang telah berkaitan dengan kualitas produk dapat dijabarkan dengan cakupan yang telah tertera dalam uraian berikut:

chachaladys

☆☆☆☆☆

Variasi: Triplepack

barang sudah di terima bgk baik
harus nya di tutup lapban biar ngk keluar2

Tekstur: ok

Aroma: wangi

Cocok untuk: kulit



04 Jul 2024

Membantu (7)

c*****8

☆☆☆☆☆

Variasi: Triplepack

Saat di buka sudah bocor banyak tumpah kemana².

Mana beli 3.

2 msh lumayan agak msh berat. Yg 1 lagi hampir ga ada isinya, ringan.

Tekstur: liquid

Lihat Lainnya



09 Jul 2024

Membantu (6)

a*****3

☆☆☆☆☆

Variasi: Triplepack

padahal dah sering pesan dsini, pesanan skrg datangny
rusak botolnya sehingga Handbody keluar semua
cuman 3 pesanan trakhir ini
parah kali, pesanan pertama & kedua 1 botol yg pecah
skrg 3 botol yg rusak

Lihat Lainnya



15 Ags 2024

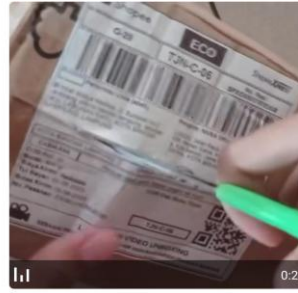
Membantu (3)

annisabalqis_

☆☆☆☆☆

Variasi: Triplepack

bocor parah banget ini gimana sih nivea 🤔🤔🤔🤔🤔
plis lah jangan kasih produk reject ternyaa bagian atasnya
itu gak rapat bolong dan bocor kemana mana. separo
sendiri bocornya rugi dong saya nivea



08 Ags 2023

Membantu (52)

sieni999

☆☆☆☆☆

Variasi: Triplepack

Lain kali tolong diperbaiki packing nya
Masa bocor berantakan isinya keluar semua
Rugi co 6 botol tapi tumpah semua gini 🤔
Padahal shoppee mall lo ini

Tekstur: baik mencerahkan

Lihat Lainnya



15 Jul 2024

Membantu (16)

s*****i

☆☆☆☆☆

Variasi: Triplepack

Udah tau produknya cair malah dikirim menggunakan
plastik bukanya di taruk dikotak, yaa wajar produknya
tumpah keluar semua isinya mau untung malah rugi,
kecewa banget baru kali ini beli produk rugi banget

Tekstur: cair



19 Ags 2023

Membantu (62)

Gambar 1.2 Keluhan Pengguna Pada Kualitas Produk Nivea Body Serum
Sumber: Shopee (2025)

Pada ilustrasi yang disajikan dalam Gambar 1.2 di atas, terlihat dengan jelas bahwa banyak pengguna Nivea Body Serum mengungkapkan keluhan mengenai kualitas produk tersebut. Keluhan yang dominan dari para pengguna menyangkut kemasan produk yang tidak cukup tahan lama dan mudah mengalami kerusakan. Pengguna mengeluhkan bahwa kemasan Nivea Body Serum cenderung cepat mengalami kerusakan, seperti sobek atau penyok. Hal ini tentu menurunkan tingkat kepuasan konsumen karena kemasan yang rusak tidak hanya dapat mengganggu kenyamanan saat penggunaan, tetapi juga akan dapat menimbulkan kekhawatiran mengenai keaslian produk. Selain itu, masalah kemasan yang mudah rusak dapat berpengaruh pada persepsi konsumen terhadap kualitas dari produk Nivea Body Serum, yang akan berdampak pada suatu keputusan pembelian.

Kepercayaan merupakan aspek mendasar dalam hubungan antara konsumen dan penyedia layanan, yang menggambarkan keyakinan kuat dari pihak konsumen bahwa penjual atau penyedia jasa akan bersikap jujur, dapat diandalkan, dan konsisten dalam memenuhi harapan serta dengan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya. Kepercayaan ini terbentuk dari persepsi bahwa penyedia layanan akan menjunjung tinggi integritas, menjaga komitmen, dan menepati janji-janji yang telah diutarakan. Konsumen merasa aman dan yakin bahwa perilaku penyedia jasa akan sesuai dengan ekspektasi yang telah mereka tetapkan, sehingga menciptakan rasa kenyamanan dan loyalitas dalam proses transaksi maupun hubungan jangka panjang. (Merta *et al.*, 2022: 247). Keluhan yang diajukan oleh para pengguna Nivea Body Serum terkait dengan manfaat produk dari Nivea Body Serum dapat dijelaskan dalam uraian berikut:

- 

miss_dnp
25 - 29
Combination,
Medium Light,

★ ★ ★ ★ ★

miss_dnp doesn't recommend this product!

18 Jan 2021

maaf. tapi produk ini dikulitku bikin gatal-gatal. dan ternyata itu karena aku gak cocok sama vitamin c. padahal aku udah berharap cocok biar kulit bisa putih. tapi sayang aku gatal-gatal. akhirnya gak aku lanjutkan. dia cepat meresap di kulit dan kurang melembabkan
- 

Yun29
18 and Under
Dry, Medium,

★ ★ ★ ★ ★

Yun29 doesn't recommend this product!

08 Aug 2024

NO!! my skin is tan and dry. Aku pke 3 hari an. Muncul bintik2 merah kek tampak. Dan gatal. Baru kali ini gk cocok sama lotion... entah karna bahan apa sampe kulit gw kek gini. Yg pny kulit sensitif mending cari lotion lain deh.....
- 

nuraidiyati_
19 - 24
Oily, Medium
Light, Neutral

★ ★ ★ ★ ★

nuraidiyati_ doesn't recommend this product!

19 Jan 2021

hello guys aku mau riview nivea body serum ini ya menurut aku packagingnya bagus si ,cuman ya karna dikulit aku itu gacocok dan aku gaterlalu sukaa banget sama wanginyaa dan yang paling aku gasuka menurut aku teksturnya terlalu lengket gada lembab2nya jadi aku stop pemakaian
- 

Khalisaak
18 and Under
Oily, Medium
Light, Warm

★ ★ ★ ★ ★

Khalisaak doesn't recommend this product!

04 Nov 2021

Udah pake 3 harian, tangan ku muncul kaya bentol bentol merah terus gatal gitu, waktu aku pake Vaseline yang Soft itu juga sama, tapi kalo Vaseline bentolnya berisi jadi kaya jerawat gitu. Padahal orang orang bilang bagus banget, tapi sayang malah ga cocok ama akuu :(((
- 

pristiaa
19 - 24
Dry, Medium,
Neutral

★ ★ ★ ★ ★

pristiaa doesn't recommend this product!

24 Mar 2021

Aku beli ini karena keracunan orang-orang aja katanya bagus dan langsung ada efek mencerahkan dan melembabkan tapi di aku ga sama sekali. kulit ku kan kering malah makin kering terus bukannya mencerahkan kulit aku malah kusam akhirnya aku kasi mama aku dan mama aku cocok.
- 

nabilazre
19 - 24
Combination,
Medium Light,

★ ★ ★ ★ ★

nabilazre doesn't recommend this product!

02 Dec 2020

sumpah ngga tau knp baju sm celana aku jd oren pake produk ini,, awalnya beli karna emg mau cari lotion buat ngelembapin tangan sm kaki,, pas make kok di pakaian jd ngestain oren mana susah diilangin pula 🙄🙄
- 

Ssn_kaili
25 - 29
25 - 29

★ ★ ★ ★ ★

Ssn_kaili doesn't recommend this product!

05 Dec 2022

Aku pakai ini waktu 2019 lagi ada promo gitu,pas aku coba agak lengket apalagi keringetan dan kena air,dan yg paling aku ga suka bikin kuku kuning kaya abis pegang kunyit,dibaju juga gitu jd gak rekom sih buat aku..mending ma**na murmer dan mencerahkan dikulit ku

Gambar 1.3 Keluhan Pengguna Nivea Body Serum Pada Manfaat Produk
Sumber: female daily (2025)

Jika ditelaah Gambar 1.3 secara cermat, dapat terlihat secara tegas bahwa pengguna mengungkapkan kekhawatiran yang mendalam terkait dengan masalah kepercayaan terhadap Nivea Body Serum. Keluhan disampaikan oleh pengguna berfokus pada ketidaknyamanan yang dialami ketika menggunakan Nivea Body Serum, khususnya saat mereka berkeringat. Pengguna melaporkan bahwa setelah aplikasi serum, mereka merasa kulit menjadi gerah dan tidak nyaman ketika terjadi peningkatan aktivitas fisik atau cuaca panas. Rasa gerah ini disebabkan oleh komposisi produk yang tidak kompatibel dengan kondisi kulit saat berkeringat, atau ada komponen dalam serum yang memicu reaksi kulit yang tidak diinginkan. Selain itu, terdapat juga keluhan mengenai manfaat yang diberikan oleh produk. Beberapa pengguna melaporkan bahwa setelah menggunakan Nivea Body Serum, mengalami kekeringan pada kulit mereka.

Peneliti terdorong melakukan investigasi lanjutan setelah mencermati secara mendalam permasalahan yang telah diangkat dalam bagian latar belakang, khususnya yang akan terkait dengan **“Pengaruh *E-WOM*, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea Body Serum Di Kota Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan permasalahan yang telah terungkap dalam latar belakang, maka identifikasi dapat terungkap dengan detail berikut:

1. Sejumlah konsumen yang menggunakan Nivea Body Serum memberikan komentar negatif terhadap produk tersebut.

2. Pengguna meragukan kualitas produk Nivea Body Serum seperti masih belum mendapatkan harapan yang diinginkan.
3. Ketidaknyamanan yang dialami ketika menggunakan Nivea Body Serum, khususnya saat mereka berkeringat.
4. Penurunan keputusan pembelian terhadap Body Serum Nivea dapat dikaitkan dengan meningkatnya persaingan yang sangat ketat di industri perawatan kulit.

1.3 Batasan Masalah

Guna menjaga konsistensi arah penelitian, perlu ditetapkan batasan yang akan dijabarkan dalam uraian di bawah ini:

1. Penelitian ini memfokuskan pada *e-WOM*, kualitas produk dan kepercayaan sebagai variabel bebas, dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.
2. Responden yang akan diteliti merupakan pengguna Nivea Body Serum di Kota Batam pada tahun 2025.

1.4 Rumusan Masalah

Berlandaskan penjelasan sebelumnya, rincian dari rumusan masalah yang akan dikaji lebih lanjut dapat dijabarkan berikut:

1. Apakah *e-WOM* mempengaruhi terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam?
3. Apakah kepercayaan mempengaruhi terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam?

4. Apakah *e-WOM*, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan mempengaruhi terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Merujuk pada pokok masalah yang telah diformulasikan, tujuan studi ini adalah untuk mengkaji secara mendalam aspek-aspek berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *e-WOM* terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh *e-WOM*, kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk Nivea Body Serum di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya dalam memahami pengaruh *e-WOM*, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen terhadap suatu keputusan pembelian.

1.6.1 Secara Teoritis

Kajian ini akan menyumbangkan kontribusi berharga dalam memperkaya perspektif teoretis terkait fenomena *e-WOM* di era pemasaran kontemporer. Bentuk komunikasi digital ini, yang meliputi opini serta ulasan daring dari para pengguna,

terbukti memiliki pengaruh substansial terhadap kecenderungan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, temuan yang diperoleh dapat dijadikan acuan dalam menyusun pendekatan pemasaran yang adaptif, khususnya melalui pemanfaatan kanal digital sebagai sarana interaksi kedekatan emosional dengan pelanggan. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya keterlibatan konsumen dalam menciptakan konten positif tentang produk, yang pada gilirannya dapat memperkuat citra merek dan menarik lebih banyak konsumen baru.

Ditinjau dari sudut pandang kualitas produk, studi ini menggarisbawahi bahwa elemen seperti performa fungsional serta daya pikat visual memainkan peran krusial dalam membentuk preferensi pembelian. Temuan ini akan mengindikasikan bahwa dalam suatu proses pengambilan keputusan, konsumen tidak semata-mata berlandaskan pada pertimbangan harga, melainkan juga mencermati mutu intrinsik dari produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, pemahaman komprehensif terhadap dimensi-dimensi kualitas yang dinilai bernilai oleh konsumen dapat menjadi pijakan strategis bagi perusahaan dalam merancang inovasi dan penyempurnaan produk.

Dalam ranah kepercayaan, riset ini akan mengemukakan bahwa keyakinan individu terhadap suatu merek memainkan peran esensial dalam memengaruhi kecenderungan pembelian. Rasa percaya tersebut tidak tumbuh secara instan, melainkan terbentuk melalui akumulasi pengalaman positif serta konsistensi dalam pemberian layanan yang memuaskan. Implikasi dari hal ini menegaskan urgensi bagi perusahaan untuk memprioritaskan upaya membangun kepercayaan lewat komunikasi yang jujur. Temuan studi ini pun menyuguhkan pemahaman strategis

bagi para pelaku bisnis mengenai cara-cara efektif dalam memelihara kepercayaan konsumen secara berkelanjutan.

1.6.2 Secara Praktis

Manfaat penelitian secara praktis diharapkan memberi suatu kontribusi bagi pengguna produk Nivea Body Serum, bagi perusahaan dan bagi akademik.

Penelitian ini memberikan informasi yang berharga bagi pengguna Nivea Body Serum mengenai berbagai faktor yang memengaruhi keputusan dalam membeli produk. Dengan memahami *e-WOM*, kualitas produk, dan pada tingkat kepercayaan, pengguna diharapkan dapat membuat pilihan yang cerdas dan terinformasi. Situasi ini dapat memberikan kemudahan bagi para konsumen untuk menjatuhkan pilihan pada produk yang tidak hanya relevan dengan kebutuhan mereka, tetapi juga sesuai dengan gambaran ideal yang diinginkan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat mendorong pengguna untuk berbagi pengalaman positif tentang Nivea Body Serum, baik melalui media sosial maupun secara langsung, yang akan menciptakan lingkungan di mana pengguna saling mendukung dan memberikan rekomendasi yang berguna.

Sebagai produsen, Nivea akan dapat mengambil manfaat praktis dari hasil penelitian ini, yang mengungkapkan gambaran lebih spesifik mengenai bagaimana persepsi konsumen terkait *e-WOM*, kualitas produk, dan kepercayaan memengaruhi keputusan pembelian mereka. Dengan informasi ini, perusahaan dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran untuk meningkatkan hubungan dengan para pelanggan. Selain itu, perusahaan juga dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagaimana dasar untuk dapat memperbaiki kualitas produk atau meningkatkan

upaya komunikasi pemasaran melalui media digital, khususnya dalam mengelola ulasan dan rekomendasi dari konsumen secara daring.

Studi ini diharapkan mampu menyumbangkan kontribusi yang berarti dalam keilmuan, khususnya bagi kalangan akademisi dan peneliti yang menekuni disiplin ilmu pemasaran. Temuan yang dihasilkan dari penelitian ini berpotensi menjadi rujukan yang mendalam, memperluas cakrawala pemahaman mengenai peran *e-WOM*, kualitas produk, serta tingkat kepercayaan dalam memengaruhi dinamika keputusan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini tidak sekadar memperkaya koleksi literatur yang telah ada, melainkan juga menyediakan pijakan konseptual bagi studi-studi lanjutan di masa mendatang. Lebih dari itu, hasil kajian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam penyusunan materi ajar di lingkungan perguruan tinggi, terutama pada bidang studi yang berkorelasi erat dengan ilmu pemasaran.