

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

kemajuan teknologi, dunia usaha khususnya Indonesia menyaksikan perkembangan yang pesat. Hal ini ditandai dengan meningkatnya penciptaan usaha-usaha baru dan persaingan dunia usaha yang sangat ketat. Banyak bisnis beroperasi sebagai perusahaan perdagangan, jasa atau manufaktur dan bersaing satu sama lain untuk bertahan dan menjadi yang terbaik. Seiring berkembangnya dunia bisnis, kemajuan teknologi pun ikut berkembang, yang semakin berperan penting dalam pilihan produk konsumen. Dunia bisnis saat ini sedang mengalami perubahan yang sangat pesat. Untuk bersaing, perusahaan harus mampu menghadirkan produk terbaik dan merespon preferensi konsumen yang berkembang dan berubah. Sebagaimana diungkapkan oleh Kotler dan Keller dalam Ramadhan (2017: 6), media sosial berfungsi sebagai platform di mana individu berbagi konten teks, gambar, audio, dan video antara mereka sendiri dan dengan perusahaan. Konsumen mencari barang yang sesuai dengan preferensi, kebutuhan, dan kemampuan finansial mereka.

Seiring berjalannya waktu, semakin banyak konsumen yang dapat memanfaatkan Internet dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengguna yang mengandalkan gadget teknologi untuk memperoleh informasi yang mereka cari. Internet mencakup berbagai bentuk koneksi komputer yang menciptakan sistem jaringan komprehensif yang mencakup seluruh dunia melalui saluran telekomunikasi seperti telepon, koneksi nirkabel, dan satelit (Gani, 2016). Internet berkembang pesat dan telah muncul sebagai sumber informasi yang tersedia. Hampir semua orang di Indonesia terhubung dengan internet, yang kini memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan pembelian konsumen. Meningkatnya populasi peminat internet dan media sosial memberikan peluang besar bagi para wirausaha untuk memasarkan produknya. Internet berfungsi sebagai jaringan komunikasi global tak terbatas yang menghubungkan banyak jaringan komputer dari beragam jangkauan dan jenis melalui telepon, satelit, dan metode komunikasi lainnya (Mohammad, 2021).

Pemasaran digital mewakili teknologi untuk mempromosikan barang dan jasa melalui platform digital. Saluran pemasaran digital mencakup situs web, jejaring sosial, kampanye email, promosi video, strategi periklanan, dan optimasi mesin pencari (SEO). Penerapan pemasaran digital yang efektif secara signifikan meningkatkan distribusi produk dan layanan,

memfasilitasi akses ke pasar yang diinginkan perusahaan (Tri Rakhmadi, 2020). Telah menjadi salah satu saluran pemasaran yang paling banyak dicari saat ini, melayani beragam aktivitas dengan mudah. Pendekatan ini memungkinkan penjual untuk terlibat dengan pembeli, menargetkan demografi tertentu, dan mengoptimalkan biaya bagi pemasar. Selain itu, pemasaran digital menciptakan peluang yang lebih luas, memberdayakan pemasar untuk terus menyempurnakan penawaran dan strategi mereka (Rachmadi, 2020).

Dukungan selebriti melibatkan penggunaan tokoh terkenal seperti penghibur, tokoh lokal, atau ikon publik untuk mempromosikan produk suatu merek dan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen (Bramantya & Jatra, 2016). Dukungan ini cenderung memikat konsumen, sehingga memengaruhi pilihan pembelian mereka. Penampilan yang menarik, sikap yang menyenangkan, atau ciri-ciri pribadi yang khas dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian mereka dan mempengaruhi penjualan produk. Anda dapat meningkatkan penjualan produk Anda dengan berkolaborasi dengan endorser populer. Saat mengevaluasi dukungan selebriti, ada tiga faktor utama yang dipertimbangkan: daya tarik, keandalan, dan kemahiran (Sintani, 2016). Daya tarik dapat mencakup penampilan fisik, kecerdasan, karakter, gaya hidup, atau ciri-ciri unik yang dimiliki oleh seorang celebrity endorser yang menarik minat konsumen. Keandalan mengacu pada integritas dan ketergantungan dari seorang celebrity endorser yang dapat secara efektif meyakinkan orang lain dalam pengambilan keputusan dan kebiasaan membeli mereka. Celebrity endorser adalah individu atau kolektif yang dikenal masyarakat, seperti bintang televisi, YouTuber dengan pengikut banyak, atau influencer Instagram dengan pengikut banyak. Dengan berinteraksi dengan konsumen, Anda dapat membentuk sikap dan perilaku mereka. *Produk apa yang menerima dukungan ini? Ahmad Auliya Anas, Tori Sudarwant (2020).*

Fitur produk adalah karakteristik yang menyempurnakan atau membedakan suatu produk, menghasilkan nilai atau manfaat tambahan yang mempengaruhi keputusan pembelian. Fitur-fitur ini dapat mencakup aspek-aspek seperti fungsionalitas, kualitas, harga, kemasan, identitas merek, garansi, dan penawaran layanan. Menurut Sri Padmantiv dan Teri Handayani oleh Lili (2017), atribut adalah komponen suatu produk yang dianggap penting oleh konsumen dan menjadi landasan pilihan pembelian mereka. Konsumen biasanya menetapkan kriteria untuk mengidentifikasi dan membeli produk yang mereka anggap paling cocok. Peningkatan penjualan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan para pesaingnya. Suatu produk yang disajikan suatu perusahaan kepada konsumen akan tetap bertahan di pasar apabila atribut-atributnya menarik. Aditi (2018) mencatat bahwa atribut produk membentuk

preferensi konsumen. Atribut-atribut tersebut merupakan elemen yang menarik perhatian konsumen ketika mengambil keputusan pembelian. Faktor-faktor seperti merek, harga, kualitas, dan desain berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen, khususnya terkait dengan dominasi indeks merek (Khoironisa dan Titis, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fitur produk toko Dynay Jember, dengan fokus pada aspek seperti gaya dan desain produk. Variasi produk dan desain dapat meningkatkan proposisi nilai toko Dynay Jember secara keseluruhan. Desain yang efektif dapat memberikan pengaruh positif terhadap performa dan daya tarik estetika produk Naglige di toko Dynay Jember.

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting ketika mengambil keputusan pembelian. Kualitas layanan yang diberikan oleh organisasi sangatlah penting. Karena keunggulan layanan sangat mempengaruhi pilihan pembelian konsumen, maka penting untuk memberikan bantuan yang luar biasa kepada klien setiap kali mereka terlibat dalam transaksi bisnis apa pun untuk produk dan layanan. Bisnis dapat berkembang di pasar dan menonjol dibandingkan pesaing jika mereka menawarkan layanan terbaik (Permatasari, 2017). Dalam sektor jasa yang mengedepankan kepuasan klien, dukungan pelanggan yang luar biasa dan memuaskan harus menjadi tujuan utama. Proses pengambilan pilihan pembelian meliputi lima tahap: pertama, mengenali kebutuhan dan keinginan; kedua, mencari informasi; ketiga, menilai pilihan pembelian; keempat, melakukan pembelian; dan terakhir, melakukan refleksi pasca pembelian (Kotler & Keller, 2018; Nurhalim, 2021).

Pemasaran merupakan suatu proses manajemen yang mengarahkan individu dan kelompok dalam memperoleh kebutuhan atau keinginannya dengan menciptakan, menyerahkan, dan memperdagangkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Hakikat manajemen pemasaran terletak pada publikasi suatu produk atau jasa untuk menjangkau khalayak seluas-luasnya. Tujuan manajemen pemasaran adalah menyediakan produk (baik barang maupun jasa) yang memenuhi permintaan dan keinginan konsumen. Dengan memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan, pelaku usaha dapat mencapai keuntungan yang optimal. Alice Ariyanto (2023). Pemasaran merupakan suatu proses manajemen yang mengarahkan individu dan kelompok dalam memperoleh kebutuhan atau keinginannya dengan menciptakan, menyerahkan, dan memperdagangkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Hakikat manajemen pemasaran terletak pada publikasi suatu produk atau jasa untuk menjangkau khalayak seluas-luasnya. Tujuan manajemen pemasaran adalah menyediakan produk (baik barang maupun jasa) yang memenuhi permintaan dan keinginan konsumen.

Dengan memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan, pelaku usaha dapat mencapai keuntungan yang optimal. Warnadi dan Alice Toriyono (2019).

Dynay Jember merupakan toko daster atau baju yang bergerak dibidang industri barang. Usaha rumahan yang berlokasi di Dusun Padukuan Lor, Desa Karang Semanding, RT/RW 005/002, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember. Didirikan oleh Dyajeng Ayu Kartikasari pada Tahun 2019 memiliki 13 orang karyawan yang berkerja di bidang masing-masing. Pembagian tugas karyawan seperti memotong kain, menjahit pakaian, admin, dan sebagainya. Pengambilan nama Dynay diambil dari nama ownernya yaitu Dyajeng Ayu Kartikasari Karena usaha ini memproduksi baju maka owner memikirkan ide nama yang unik yaitu Dynay sehingga lahirlah nama atau brand Dynay. Dynay buka setiap hari pada saat online sekitar jam 10:00-16:00 dan untuk offline buka pada hari minggu saja pada jam 10:00-15:00. Memproduksi berbagai macam daster, gamis, dan harga setiap baju berbeda-beda. Menggunakan sistem cod pada shoope dan sistem maklon bisa disebut juga dengan reques model yang diinginkan. Untuk konsumen wajib chat admin dulu pada saat pembelian karena Dynay selalu mengeluarkan motif baru. Selalu mengikuti perkembangan trend dan selalu melakukan inovasi produk agar menarik minat pembelian pelanggan. Berikut merupakan data penjualan produk Dynay pada tahun 2023 :

Tabel 1. 1 Data Penjualan Produk Dynay Tahun 2023

No	Bulan	Penjualan
1.	Januari	Rp. 41.761.000
2.	Februari	Rp. 37.594.500
3.	Maret	Rp. 42.751.000
4.	April	Rp. 33.869.000
5.	Mei	Rp. 41.393.000
6.	Juni	Rp. 33.366.000
7.	Juli	Rp. 13.730.000
8.	Agustus	Rp. 1.244.500
9.	September	Rp. 6.071.500
10.	Oktober	Rp. 785.000
11.	November	Rp. 25.621.500
12.	Desember	Rp. 33.379.000
Total		Rp. 331.566.000

Sumber : Data Penjualan Dynay 2023

Berdasarkan tabel 1.1 dijelaskan bahwa penjualan Dynay pada bulan Januari sampai bulan Desember tercatat naik turun. Penjualan tertinggi pada bulan Maret dengan jumlah penjualan sebesar Rp. 42.751.000 dikarenakan berdekatan dengan hari raya Idul Fitri sehingga pesanan melonjak tinggi. Dilanjutkan dengan bulan Januari penjualan sebesar Rp. 41.761.000 merupakan penjualan tertinggi nomor dua setelah bulan Maret. Selanjutnya bulan Mei sebesar Rp. 41.393.000, bulan Februari sebesar Rp. 37.594.500, pada bulan April sebesar Rp.

33.869.000, bulan Desember sebesar Rp. 33.379.000, bulan Juni sebesar Rp. 33.366.000, bulan November sebesar Rp. 25.621.500, bulan Juli sebesar Rp. 13.730.000, bulan September sebesar Rp. 6.071.500, bulan Agustus sebesar Rp. 1.244.500 dan bulan Oktober penjualan sebesar Rp. 785.000 merupakan penjualan terendah dalam satu tahun. Sehingga total penjualan pada tahun 2023 sebesar Rp. 331.566.000. Kondisi naik turunnya penjualan tersebut dipengaruhi oleh keputusan pembelian pelanggan sehingga perlu diperhatikan lagi mengenai *Digital Marketing*, *Celebrity Endorsement*, dan atribut produk.

Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan peneliti terdapat fenomena terkait indikator *digital marketing*, *celebrity endorsement*, dan atribut produk. Banyaknya usaha sejenis yang bermunculan menyebabkan pelanggan menjadi berfikir dua kali untuk menentukan pilihan merek mana yang akan di beli. Banyaknya usaha sejenis yang bermunculan menyebabkan pelanggan menjadi berfikir dua kali. Toko Dynay Jember Kami juga memberikan informasi pilihan produk, kualitas produk dan harga yang ditawarkan di media sosial. Pasar menggunakan pemasaran digital sebagai cara untuk beriklan dan membeli secara online melalui *Whatsapp*, *Instagram*, *Tik Tok Shop*. Postingan yang direkomendasikan dibuat oleh Dynay Jember. Pemasaran digital memungkinkan pelanggan untuk terhubung dengan pelanggan, menjangkau audiens yang lebih besar dan menghemat uang untuk pedagang Toko Dynay Jember. Pemberdayaan selebriti di Toko Dynay Jember adalah sebuah inspirasi. Bagi orang-orang terkenal yang mampu menarik perhatian publik, bakat, reputasi, dan lain-lain, agar lebih mudah menjangkau produk yang ingin Anda kirimkan melalui iklan, Anda bisa mempromosikan produk Dynay Jember secara luas. Fitur seperti estetika produk dan tata letak dapat meningkatkan nilai Toko Dynay Jember. Desain yang menarik berpengaruh positif terhadap performa produk di Toko Dynay Jember serta daya tarik visualnya. Tampilan dan desain yang mencolok dapat menarik minat, meningkatkan kinerja produk, menurunkan biaya produksi, dan membangun keunggulan kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Dari rincian yang telah diberikan sebelumnya, penulis bermaksud melakukan penyelidikan dengan cara mengumpulkan judul: Pengaruh *digital marketing*, *celebrity endorsement*, dan atribut produk dalam Keputusan pembelian pada toko Dynay Jember.

- 1.2.1 Apakah *Digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Toko Dynay Jember?
- 1.2.2 Apakah *Celebrity endorsement* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Toko Dynay Jember?

1.2.3 Apakah Atribut Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Toko Dynay Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1.3.1 Untuk menguji apakah *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Dynay Jember.

1.3.2 Untuk menguji apakah *celebrity endorsement* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Dynay Jember.

1.3.3 Untuk menguji apakah atribut produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Dynay Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Sehubungan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pemangku kepentingan, khususnya:

1.4.1 Bagi para sarjana

Berfungsi sebagai masukan berharga atau titik referensi untuk pertanyaan di masa depan mengenai subjek serupa tetapi dengan subjek berbeda.

1.4.2 Meningkatkan pengetahuan dan pengembangan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pedoman dan wawasan bagi kajian-kajian khususnya dalam bidang pemasaran terkait keunggulan produk, kinerja layanan, dan keragaman produk.

1.4.3 Untuk universitas

Eksplorasi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan baru khususnya untuk operasional pemasaran dan menjadi bahan referensi di perpustakaan Universitas serta dapat memberikan referensi bagi para sarjana lainnya.

1.4.4 Untuk perusahaan

Eksplorasi ini diharapkan dapat berkontribusi dalam menambah digital marketing, celebrity signature, dan atribut produk dalam membentuk coping opinion di Dynay Jember Store.