

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan teknologi berjualan tidak hanya dilakukan dengan tatap muka saja. Teknologi memberikan fasilitas dan kemudahan dalam berjualan dengan media internet. Pemasaran yang dilakukan dengan media internet sangat menguntungkan bagi produsen, karena sistem pelayanan melalui internet sangat efisien, praktis dan dapat menghemat waktu untuk memasarkan produk dan jasa. Konsumen pun menginginkan proses yang efektif sehingga tidak perlu repot-repot datang ke *offline* storenya, karena lewat *e-commerce* konsumen dapat melihat produk *display* dengan rincian produk yang lengkap.

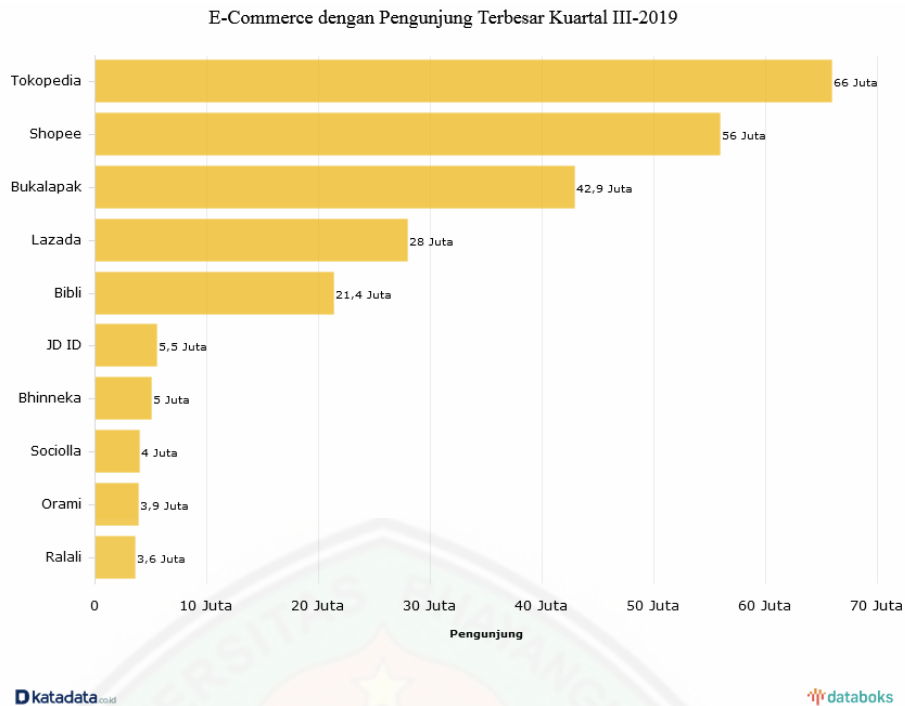
Perusahaan *e-commerce* atau toko *online* pun pada akhirnya mengalami peningkatan yang pesat salah satunya Tokopedia. Di Indonesia Tokopedia merupakan salah satu *e-commerce* yang menyediakan kebutuhan konsumen mulai dari fashion, makanan, keperluan rumah tangga, dll. Tokopedia pun menarik minat konsumen dengan cara beriklan, daya tarik iklan sendiri merupakan hal yang penting bagi pemasar. Dikarenakan banyaknya kompetitor, maka para pemasar di tuntut untuk kreatif dalam memasarkan sebuah produk. Tokopedia sendiri sudah mengeluarkan banyak sekali terobosan-terobosan dalam beriklan seperti gratis ongkir seluruh indonesia, promo bulanan sesuai tanggal cantik, harbolnas (hari belanja nasional), WIB (Waktu Indonesia Belanja) yang juga menyertakan Tv shows, dll.

Tokopedia juga membuat beberapa slogan yang menarik sehingga membuat konsumen mudah mengingat slogan khas tersebut seperti “sudah cek Tokopedia belum?”, “mulai aja dulu” dan yang terbaru yaitu “selalu ada selalu bisa”. Tokopedia juga melakukan strategi untuk menarik perhatian konsumen dengan menggunakan *public figure* dan cara beriklan ini biasa juga disebut dengan *celebrity endorser*, dengan adanya tambahan dari *celebrity endorser* ini diharapkan konsumen dapat terpicat dan mengerti pesan dari iklan yang disampaikan tersebut.

Tokopedia menggunakan *celebrity* yang biasanya sedang ramai diperbincangkan atau ramai dikagumi oleh orang-orang, misalnya seperti baru-baru ini Tokopedia sendiri sudah menggandeng beberapa idol Korea seperti BTS, *Blackpink*, *Twice*, ITZY, NCT, *Secret Number* dan masih banyak lagi. Karena Tokopedia bekerjasama dengan banyak *idol* grup Korea, maka kiblat fashion orang-orang pun mulai mengikuti ala-ala Korea atau sering disebut *Korean style*. Ditambah lagi era modern seperti sekarang orang-orang sudah sangat melek dengan yang namanya *fashion* dan sudah menjadi gaya hidup yang sangat diminati.

Sebelum melakukan pembelian pun biasanya para konsumen akan mencari tahu dahulu barang yang akan mereka cari, baik itu mengenai tokonya, review orang-orang terhadap produk yang dijual, dari segi harganya, hingga sampailah pada tahap memutuskan untuk membeli, menargetkan untuk membeli, atau tidak berminat untuk membeli. Dikarenakan banyaknya pembeli yang berkiblat fashion ke *Korean style*, maka salah satu toko *online* di Tokopedia pun menjadi sasarannya yaitu PVN. Sepatu PVN adalah sepatu buatan lokal yang bermodel persis seperti *Korean Style* dengan harga yang *affordable* sehingga bisa menjadi solusi untuk konsumen yang ingin menyesuaikan budgetnya.

Persaingan dalam penjualan sepatu pun semakin ketat, para produsen tentu saja akan berlomba-lomba untuk menciptakan berbagai inovasi dalam memasarkan produk sepatu mereka seperti yang dilakukan oleh PVN yang bergabung dalam *platform e-commerce* untuk melebarkan sayapnya. Dan terbukti semenjak adanya kerjasama antara Tokopedia dengan beberapa idol grup Korea Selatan, terlihat peningkatan pengunjung yang signifikan dan bersaing ketat dengan beberapa *platform e-commerce* lainnya.



Gambar 1.1 Pengunjung *E-Commerce*

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, dengan adanya peningkatan pengunjung Tokopedia maka membuat produsen sepatu PVN lebih berinovatif lagi untuk mengenali konsumennya serta mencari celah agar dapat mengerti keinginan konsumen sehingga bisa berhasil menimbulkan rasa minat beli pada para konsumen.

Penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut lagi karena melihat banyaknya iklan-iklan menarik dan *celebrity endorser* yang semakin mancuri perhatian yang membawa konsumen untuk mengikuti fashion apa yang mereka kenakan dalam mengiklankan *e-commerce* tersebut. Dan setiap pergantian tema iklan dengan wajah baru, *celebrity endorser*-nya akan selalu trending dengan hashtag sehingga membuat konsumen mencari tahu lebih banyak mengenai *celebrity endorser* tersebut. Penulis akan meneliti apakah dari daya tarik iklan dan *celebrity endorser* Tokopedia itu ada pengaruh positif dari konsumen sehingga menimbulkan minat beli terhadap sepatu PVN tersebut, maka dari penjelasan diatas penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan *Celebrity Endorser* Pada *Online Shop* Tokopedia Terhadap Minat Beli Sepatu PVN**



Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh daya tarik iklan dan *celebrity endorser* terhadap minat beli konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan memberikan informasi bagi produsen sepatu PVN mengenai pengaruh daya tarik iklan dan *celebrity endorser* terhadap minat beli konsumen sehingga perusahaan dapat menyusun strategi yang tepat untuk meningkatkan minat beli konsumen, untuk menghindari resiko yang berdampak pada penurunan penjualan pada tahun berikutnya.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan penelitian berkelanjutan oleh pihak-pihak lain yang membutuhkan dan berkepentingan.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Agar didapatkan arah yang lebih jelas lagi bagi penulis dalam membahas permasalahan, maka masalah diberi batasan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan oleh konsumen yang menggunakan aplikasi Tokopedia.
2. Responden yang mewakili adalah konsumen yang menggunakan aplikasi Tokopedia.
3. Penelitian ini dilakukan pada alumni SDN Setiamekar 01 Tambun Selatan angkatan 2011.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai variabel-variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran dan hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari desain penelitian, tahapan penelitian, Model Konseptual, instrumen penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel dan teknik analisis data.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, pembahasan dan implementasi hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran bagi penelitian berikutnya