

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

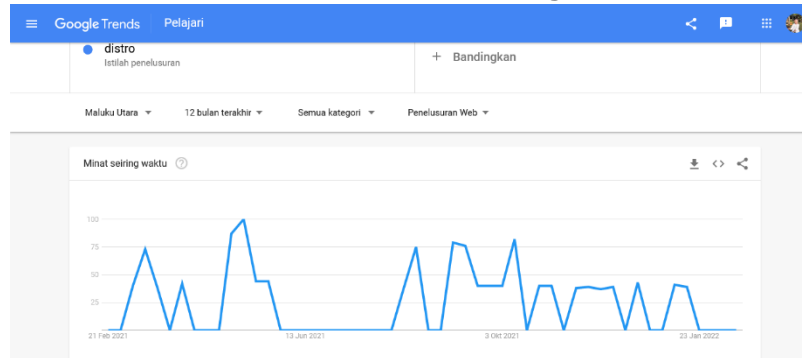
### **1.1 Latar Belakang**

Dengan kemajuan teknologi dan informasi di era globalisasi sekarang ini, persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Dengan lingkungan yang terus berubah saat ini berdampak pada perkembangan bisnis. Banyak perusahaan berkembang pesat pada era ini untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah. Untuk memenangkan persaingan pasar, perusahaan harus bekerja keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen (Damayana, 2014).

Pada saat ini masyarakat menjadi lebih peduli akan apa yang mereka beli. Karena saat ini sangat mudah untuk mencari informasi, maka dari itu masyarakat akan mencari informasi lebih dalam tentang apa yang dapat diberikan dari produk tersebut. Masyarakat akan mencari maupun memahami tentang kualitas dan pendapat orang lain terhadap produk tersebut (Ramadhani, 2021). Oleh karena itu, persaingan pada suatu usaha tersebut akan semakin sulit, sehingga setiap pengusaha mampu melakukan efektif dan efisien agar dapat memperoleh keuntungan besar dan berdampak bagi sebuah usaha.

Penting bagi suatu bisnis *clothing* untuk menjadikan produk yang berkualitas tinggi karena konsumen menginginkan barang yang berkualitas. Kualitas produk yang diberikan diharapkan mampu mendorong dan memberikan pilihan bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Produk berkualitas tidak hanya akan menarik perhatian konsumen tetapi juga akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membelinya.

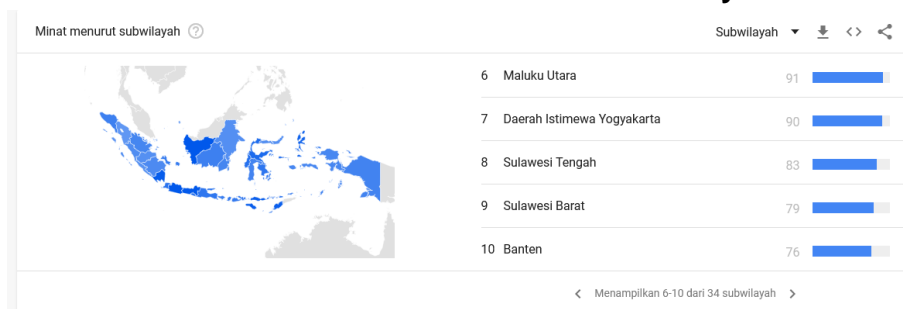
**Gambar 1.1. Grafik Perkembangan Distro**



Sumber : Google Trends

Grafik diatas menunjukkan perkembangan dari keyword distro yang di cari di Google trend, yang menunjukkan beberapa banyak pengguna internet yang mencari topik Distro di Maluku Utara.

**Gambar 1.2. Data Minat Berdasarkan Wilayah**



Sumber : Google Trends

Data tersebut menunjukkan bahwa Maluku Utara terdapat di urutan ke enam dari seluruh wilayah Indonesia yang memiliki minat terhadap distro.

Dari analisis Google trend maka disimpulkan bahwa distro bisa menjadi peluang bisnis. Bisnis distro merupakan salah satu bisnis di usaha bidang fashion. Bisnis ini punya banyak peluang untuk dijadikan sumber pendapatan tambahan, karena target pasar yang begitu besar, banyak produk distro yang ditawarkan di berbagai tempat, dan bisnis distro juga merupakan salah satu usaha yang paling

banyak diminati. Karena kebutuhan akan pakaian selalu ada maka bisnis distro akan selalu diminati.

Pada era globalisasi saat ini perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi dunia terus melaju dengan kecepatan yang sangat tinggi, sehingga mendorong mobilisasi dan pertukaran data yang cepat dan meluas. Hal ini didukung dengan meningkatnya pengguna internet diseluruh dunia dari tahun ke tahun (Soibala, 2020). Dengan adanya internet, memberikan dampak yang besar pada berbagai aspek dalam kehidupan saat ini, termasuk sector ekonomi. Dalam hal ini dapat meningkatkan penjualan bagi para pelaku usaha (Juitta L. D Bassie, 2020).

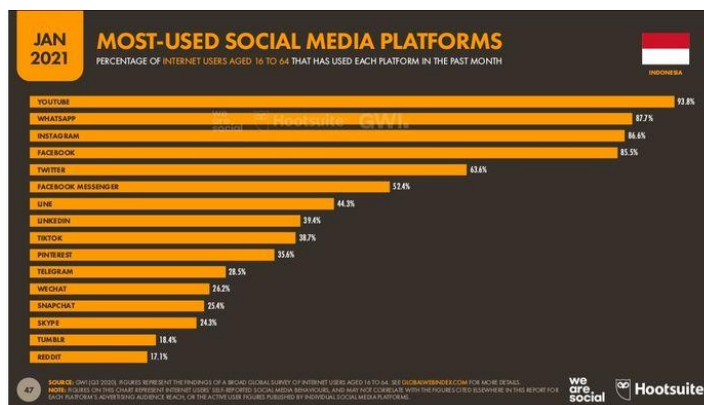
Dengan menggunakan strategi *electronic word of mouth* tentu saja memberikan dampak positif bagi sebuah usaha sehingga lebih mudah untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Jika konsumen merasa puas dengan produk yang digunakan, konsumen akan membuat review atas produk melalui media sosial dengan melakukan *electronic word of mouth* sehingga dapat menjadi referensi dan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian (Yulianty, 2019).

Pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh kualitas produk dan *electronic word of mouth*. Faktor produk merupakan sesuatu hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Soibala, 2020). Karena produk yang dijual harus berkualitas baik, dan memiliki tampilan yang menarik agar konsumen tertarik untuk membelinya. Pernyataan *electronic word of mouth* yang positif sangat diperlukan untuk dapat meyakinkan konsumen agar membeli suatu produk karena memiliki dampak yang lebih kuat dalam mengambil keputusan pembelian. sedangkan pernyataan *electronic*

*word of moth* yang negatif memiliki dampak lebih kecil pada keputusan pembelian konsumen. Pernyataan *electronic word of mouth* yang positif dan kualitas produk yang baik maka akan memiliki banyak peminat. Konsumen akan mempertimbangkan untuk membeli suatu produk atau tidak jika ada pernyataan *electronic word of mouth* yang negative tentang kualitasnya yang buruk.

Saat ini banyak media sosial yang bisa digunakan untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk. Mempromosikan suatu usaha melalui media sosial dapat menyampaikan informasi tentang pengalaman konsumen dalam menggunakan produk sehingga lebih mudah untuk diterima dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Luthfiyatillah, 2020). Perkembangan media sosial saat ini yang sangat cepat ditandai dengan kemunculan sosial media yaitu seperti Instagram, Youtube, Twitter, Facebook dan lain-lain. Berikut ini adalah platform media sosial di Indonesia:

**Gambar 1.3.Platform Media Sosial**

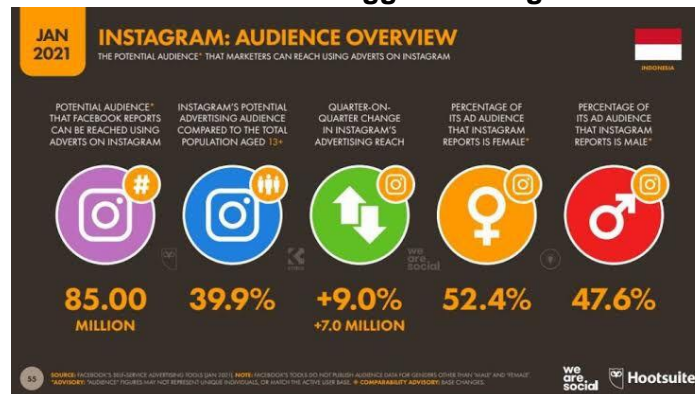


Sumber: [teknokompas.com](http://teknokompas.com)

Dari data diatas aplikasi media sosial yang sangat banyak digunakan yaitu Youtube dengan angka 93,8%, kemudian diikuti oleh Whatsapp sebanyak 87,7%, Instagram sebesar 86,6%, Facebook sebanyak 85,5% dan Twitter sebesar 63,6%.

Selain menjadi beberapa dari media sosial yang banyak diminati oleh pengguna adalah Instagram, pelaku usaha lebih mudah untuk memasarkan produknya melalui media sosial Instagram karena target utamanya yaitu orang terdekatnya, bisa melalui teman yang berkomunikasi dari mulut ke mulut dengan menunjukkan akun instagram dari usaha tersebut, komunikasi ini sangat efektif bagi penjual, dengan media instagram memudahkan penjual untuk menampilkan foto atau produk yang dijual (Lutfiyatillah, 2020). Berikut merupakan data pengguna Instagram di Indonesia:

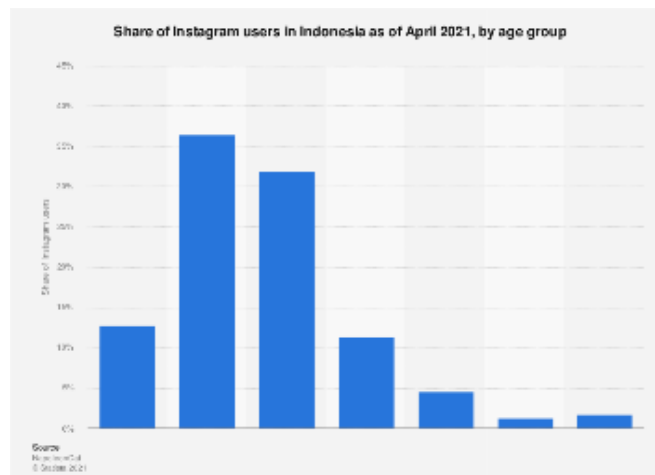
**Gambar 1.4. Pengguna Instagram**



Sumber: andi.link

Dari data diatas menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial Instagram yang ada diseluruh Indonesia yaitu sebesar 85 juta pengguna, diantara pengguna perempuan sebesar 52,4% dan pengguna laki-laki sebesar 47,6%, pertumbuhan kuartal di Instagram sebesar 9,0%.

**Gambar 1.5. Pengguna Instagram Berdasarkan Usia**



Sumber: statista.com

Berdasarkan data diatas, pengguna instagram tertinggi di Indonesia, 36,4%, yang berusia antara 18 dan 24 tahun per april 2021. Namun adapun sekitar 87,8 juta pengguna instagram di Indonesia, di mana 52,6% adalah perempuan dan 47,4% laki-laki (Hanadian, 2021).


Instagram adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto maupun video, sebelum membagikannya di berbagai platform media sosial. Aplikasi Instagram saat ini cukup terkenal, khususnya pada kalangan remaja. Instagram digunakan tidak untuk tujuan hiburan saja, tetapi sebagai sumber informasi dan pemasaran barang-barang visual yang perjualkan. Inilah sebabnya mengapa sebuah bisnis menggunakan instagram sebagai platform hebat untuk memasarkan produk mereka, karena ini adalah cara yang paling ampuh untuk memasarkan barang atau jasa bagi anak muda (Soinbala, 2020).

Saat ini sudah banyak usaha bisnis distro yang mendistribusikan berbagai jenis pakaian untuk kebutuhan berbagai kalangan masyarakat. Distro merupakan toko

yang menjual berbagai macam produk antara lain yaitu kaos, hoodie, kemeja, celana, flannel, dompet dan tas. Dengan banyaknya distro atau clothing, konsumen memiliki banyak pilihan untuk berbelanja. Untuk dapat bertahan dalam bisnis ini, tentu saja harus dapat memilih strategi terbaik dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen. Distro telah menjadi sebuah fenomena baru di Indonesia, terutama pada kota-kota besar. Kehadiran distro telah menjadi *trend setter* untuk menampilkan gaya tatanan busana kalangan anak muda.

Perkembangan distro di kota Ternate kini meningkat, dengan banyaknya distro, membuat konsumen memutuskan untuk berbelanja di distro dari pada toko pakaian biasa. Karena melihat dari kualitas produk pakaian dan suasana yang berada pada distro sangat berbeda dengan susana toko pakaian biasa. Tetapi selain itu banyaknya distro juga membuat konsumen memilih untuk lebih berbelanja pada salah satu distro yang berada di kota Ternate ini. Dengan banyaknya distro dapat menciptakan persaingan yang begitu ketat, yang bahkan membuat distro lain menurun akan tingkat penjualannya.

**Table 1.1. Daftar persaingan Distro di Kota Ternate**

No	Distro	Akun instagram dan jumlah followers
1	Radsa Miharbi	

No	Distro	Akun instagram dan jumlah followers
2	Velmerd Container Store	
3	B-Lo Outlet	
4	Orbitz	
5	Point Break	
6	Ubay Distro	

Sumber : instagram, 2022

Table diatas merupakan beberapa distro yang ada di Kota Ternate. Terlihat adanya persaingan pada usaha distribution store atau distro, untuk bisa mempertahankan pangsa pasar usaha distro, para pelaku usaha harus mampu menerapkan strategi yang tepat untuk menjalankan usaha tersebut. Promosi melalui



media sosial, khususnya pada instagram, merupakan salah satu startegi untuk mempromosikan produk dari distro, karena fitur dari instagram mendorong masyarakat untuk memanfaatkannya. Selain dapat mengunggah instastory, foto maupun video juga cukup mudah digunakan. Fitur instagram ini mendorong pelaku bisnis untuk menggunakannya sebagai media promosi. Penggunaan instagram sebagai alat untuk mempromosikan produk merupakan salah satu teknik untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Karena dari media sosial Instagram konsumen bisa mengetahui informasi dari kualitas produk tersebut sebelum melakukan keputusan pembelian.

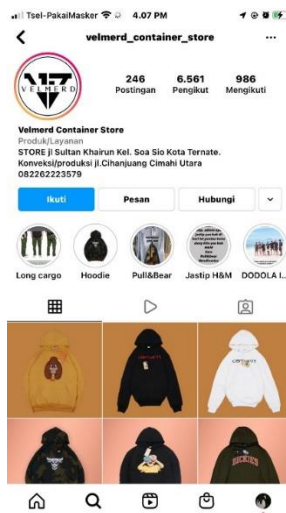
Velmerd Container Store adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri clothing/distro yang berada di Jl. Sultan Khairun kel.Soa-Sio / samping SS Resto kota Ternate yang memproduksi produk pakaian, jacket, celana, sepatu, tas dan sebagainya. Karena tingginya persaingan antar distro yang berada di kota Ternate membuat Velmerd kini harus mengalami persaingan yang ketat dari pesaingnya. Akibatnya, konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam hal membeli produk pilihan mereka. Berdasarkan wawancara langsung dengan pemilik Velmerd container store, menurutnya terjadi penurunan pendapatan dan penjualan yang tidak stabil semenjak adanya pandemi Covid-19.

Dalam mempertimbangkan untuk membeli baju distro seseorang akan melihat dari kualitas yang ditawarkan. Tentu saja konsumen akan melihat kualitas produk sebelum membeli, apakah kualitas dari produk itu baik atau tidak. Tanggapan konsumen mengenai kualitas produk akan mempengaruhi keputusan pembelian

mereka. Konsumen akan melakukan pilihan pembelian setelah mereka menemukan produk yang memenuhi kebutuhan mereka.

Selain itu, sebelum melakukan pembelian dengan produk pada distro tersebut, konsumen tentu saja akan mencari informasi mengenai produk melalui media sosial, terutama akun media sosial dari Distro Velmerd tersebut. Tentu saja konsumen lebih mudah untuk tahu informasi lebih cepat tanpa harus datang pada toko tersebut, dengan media sosial Instagram dan Facebook dari Distro Velmerd.

**Gambar 1.6. media sosial instagram distro velmerd**



Sumber: Instagram, 2022

Dengan menggunakan media sosial Instagram distro Velmerd lebih mudah mengakses dan mendapat target pasar yang sesuai yang mana target pasarnya memang anak muda yang lebih banyak menggunakan instagram sebagai media sosial favorite. Berdasarkan wawancara langsung dengan pemilik distro Velmerd alasan lebih memilih instgram dibandingkan dengan media sosial yang lain karena user instagram sesuai dengan target pasar distro Velmerd yang dimana produk distro Velmerd target pasarnya memang anak muda. Anak muda laki-laki maupun

perempuan dengan usia 17-30 tahun. Dan menurut pemilik distro Velmerd tersebut bahwa sekitar 40% konsumen yang berbelanja melalui media sosial Instagram. Dengan mempromosikan produk melalui instagram membuat banyak konsumen dari distro Velmerd yang berada di luar Kota ternate lebih mudah berbelanja online melalui instagram dibandingkan dengan datang langsung ke distro Velmerd.

Dalam mini riset yang penulis buat kepada 20 responden, yang telah melakukan pembelian pada distro Velmerd, dimana lebih dominan konsumen pria dari pada konsumen wanita, dengan usia 21-30 tahun yang merupakan pelajar dan pekerja lainnya yang juga mengikuti akun instagram dari distro Velmerd tersebut.

Selain itu, adapun hasil penelitian (Gap) antara penelitian terdahulu, menurut penelitian Alva Rembon et al, (2017) menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan dalam penelitian Eky Jomrotul Laila (2018) mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Heniar Farin Fahira et al, (2021) menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis memilih penelitian ini dengan judul :

***“ Pengaruh kualitas produk terhadap electronic word of mouth di instagram dan dampaknya terhadap keputusan pembelian pada distro velmerd kota ternate ”***

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *electronic word of mouth*?
2. Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *electronic word of mouth*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap *electronic word of mouth*
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian
4. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *electronic word of mouth*

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Peneliti

Untuk mendapatkan wawasan, pemahaman, dan hipotesis tentang pengaruh kualitas produk dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Program Studi Manajemen

Penelitian dapat dimanfaatkan sebagai sumber daya bagi penulis lain untuk digunakan sebagai bahan tambahan atau menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya.