

BAB I

PENDAHULUAN

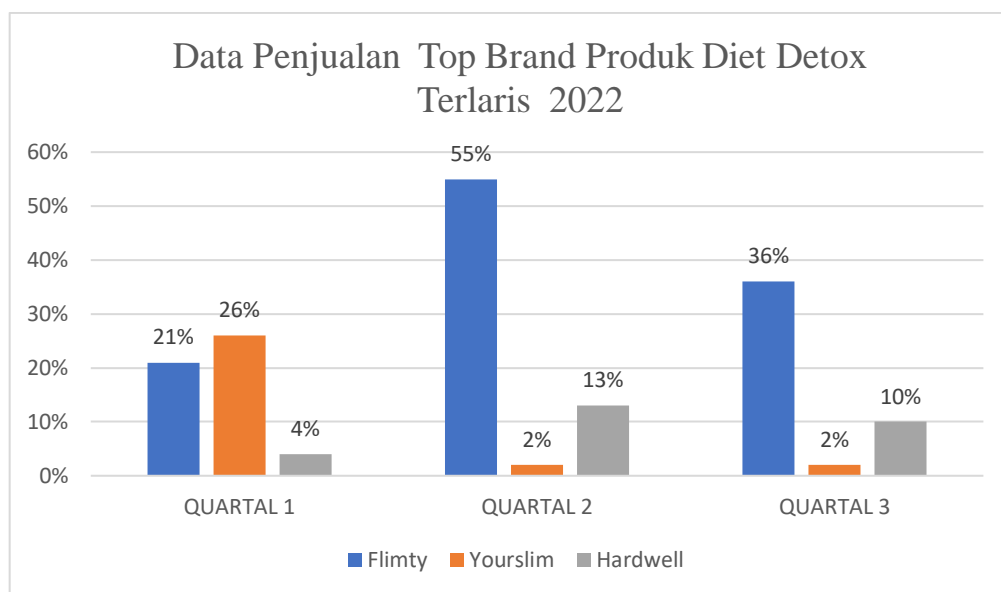
1.1 Latar Belakang

Keputusan pembelian merupakan salah bentuk perilaku konsumen (consumer Behavior) dalam suatu proses psikologi yang terjadi pada diri manusia menurut Nuryani, F. T (2022). Keputusan pembelian di definisikan sebagai apa yang harus di beli, apakah membeli atau tidak, kapan harus membeli dan bagaimana membayarnya menurut Kotler & amstrong dalam Anggraeni (2020). Proses pengambilan keputusan ini juga dapat di katakan sebagai hal penting karena dalam proses tersebut terdapat berbagai langkah – langkah yang terjadi secara berurutan sebelum seseorang mengambil keputusan. Saat ini persaingan bisnis menuntut perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen agar perusahaan dapat bersaing dalam sebuah pasar. Perkembangan industri membawa banyak perusahaan di Indonesia untuk lebih maksimal, baik fungsi dan perannya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat melalui berbagai produk didalam sebuah pasar.

Produk kesehatan merupakan produk yang banyak di butuhkan pada saat ini hal ini di latar belakang oleh perubahan lingkungan, pola hidup manusia, dan perkembangan pola penyakit. meningkatnya akan produk kesehatan pada saat ini menimbulkan banyak produk kesehatan bermunculan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Hasil survey Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan bahwa meningkatnya konsumen dalam mengkonsumsi produk kesehatan setelah usainya pandemi yang telah terjadi. Data menunjukkan transaksi produk kesehatan meningkat menjadi 40% setelah pandemi itu terjadi nilai tersebut naik di bandingkan saat adanya pandemi pada tahun 2020. yang hanya sebesar 29,1%. Riset ini dilakukan terhadap 4.590 responden dari seluruh indonesia data ini himpun dari media online (databoks.katadata.co.id). Produk kesehatan herbal saat ini sedang menjadi perhatian dengan di buktikan banyaknya masyarakat yang peduli terhadap kesehatan yang mulai membeli produk-produk kesehatan herbal. Data menunjukkan bahwa ada peningkatan permintaan masyarakat terhadap Produk herbal yang berkaitan dengan

kesehatan, mulai dari jamu modern, suplemen kesehatan, aromatherapy dan rempah-rempah. dengan permintaan pasar meningkat Penjualan produk herbal dunia mencapai angka 60 juta US dollar atau setara dengan Rp 870 triliun pada tahun 2022 . Sumber media online (agro.kemenperin.go.id)

Produk herbal diet *detox* Flimty merupakan salah satu produk herbal detox yang banyak digemari selain untuk kesehatan kini juga sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kebanyakan orang, sehingga semakin banyaknya masyarakat yang berkeinginan untuk memiliki tubuh sehat. Produk flimty di produksi oleh PT. Anugrah Inovasi Makmur pada tahun 2018. Produk flimty digunakan untuk memenuhi kebutuhan dari para konsumen yang memiliki berbagai keinginan untuk menjaga kesehatan tubuh tanpa menggunakan bahan-bahan kimia yang berbahaya. Produk diet detox Flimty merupakan minuman herbal yang membantu membersihkan saluran pencernaan, membantu mengeluarkan racun dalam makanan melalui buang air besar dan membantu menurunkan berat badan sehingga produk ini juga dapat digunakan untuk program pendamping diet. Berdasarkan data yang di himpun dari media online produk diet detox flimty bersaing ketat dengan pesaing-pesaingnya (compas.co.id). data persaingan tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah :



Gambar 1. 1 Data penjualan Top Brand Produk Diet Detox Quartal 1-3 Tahun 2022

Berdasarkan pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa produk diet detox Flimty mengalami peningkatan sebagai top brand penjualan produk diet detox Terlaris pada tahun 2022. Hal ini dapat dilihat persingan pasar pada quartal I tahun 2022 data Top brand produk Flimty berada pada posisi 2 top brand diet *detox* herbal. Pada quartal II tahun 2022 produk diet detox flimty mengalami peningkatan dari posisi ke 2 menjadi posisi I sampai dengan quartal III pada tahun 2022 sebagai top brand penjualan produk diet detox terlaris, sumber data di himpun dari media sosial (compas.co.id, 2022). Dapat disimpulkan bahwa produk diet detox flimty menjadi produk diet herbal terpopuler pada saat ini. Dengan berdasarkan pada data tabel di atas sangat menarik untuk di teliti.

Mengidentifikasi hal tersebut, peneliti melakukan prasurvey dengan memberikan pertanyaan apa yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengkonsumsi produk diet detox flimty untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk diet detox flimty , sebagai berikut :

Tabel 1.1 Prasurey Faktor-Faktor Dalam Keputusan Pembelian

Pertanyaan	Jawaban Responden
Faktor apa yang membuat anda memutuskan membeli produk diet detoxx flimty ?	Untuk Menurunkan Berat Badan
	Untuk menyehatkan menghilangkan racun pada tubuh.
	Untuk pendamping program diet.
	Ingin menjaga berat badan dan tetap sehat dengan produk herbal
	Melihat rivew dari pengguna media sosial
	Membeli prodik flimty karena melihat testimoni dari orang lain
	Karena kualitas produknya yang bagus.

Dari hasil pra survei tabel 1.1 yang peneliti lakukan, respon yang ada mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk diet detox flimty. Dari hasil jawaban responden menunjukkan bahwa mereka membeli produk flimty karena ingin menerapkan pola hidup sehat tanpa penggunaan bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh mereka. Selanjutnya keputusan membeli produk diet detox flimty yang dapat kita lihat dari jawaban responden bahwa mereka membeli produk tersebut karena telah melihat testimoni atau rivew pengguna produk melalui sosial. Berdasarkan banyak faktor-faktor yang mendorong konsumen untuk membeli produk flimty ialah adanya pengaruh Healthy Lifestyle, Electronic word of mouth (E-Wom) dan Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk diet detox flimty.

Healthy lifestyle merupakan upaya individu dalam berpartisipasi sedemikian rupa untuk mengkonsumsi produk-produk yang sehat dan menyehatkan Menurut Supardin (2022). Healthy lifestyle atau gaya hidup sehat adalah cara menyelenggarakan proses kehidupan sehingga memberikan kondisi positif bagi diri sendiri dan lingkungan Sedangkan menurut Mister dalam jurnal Triyono (2021). Gaya hidup sehat juga dapat di katakan tindakan atau penampilan seseorang dengan cara atau metode yang di atur oleh standar kesehatan tertentu menurut Kusmaedi dalam Lutfi F.Z (2022). Melihat fenomena yang telah di uraikan gaya hidup sehat menjadi faktor penting untuk dibahas bagi penulis karena ingin mengukur sejauh mana pengaruh healthy lifes styele terhadap keputusan pemebelian sehingga dapat memberi manfaat bagi perusahaan atau yang lainnya. Berdasarkan hasil penelitian dari Lutfi F.Z (2022) terdapat pengaruh yang sigmifikan hubungan antara gaya hidup sehat terhadap keputusan pemebelian.

Electronic word of mouth merupakan pernyataan yang di buat oleh konsumen actual, potential atau konsumen sebelumnya mengenai produk atu perusahaan dimana informasi ini tersedia bagi orang-orang ataupun institusi melalui media internet Menurut Thurau et al dalam Sari et al (2017). Electronic word of mouth adalah kegiatan masyarakat dalam berbagi informasi melalui ulasan yang di

buat, kemampuan untuk bertukar informasi secara online Sedangkan menurut Santosa A.T (2019). Berdasarkan penelitian yang telah di lakukan oleh Mulia Y (2020) electronic word of mouth adalah sebuah pernyataan berniali positif atau negatif yang di buat oleh pelanggan baik pelangan tetap maupun mantan pelanggan tentang suatu produk. Dalam penelitiannya peneliti menyatakan bahwa variabel electronic word of mouth sangat berpengaruh terhadap keputusan pemeblian.

Persepsi kualitas adalah penilaian konsumen terhadap keunggulan keseluruhan suatu produk atau jasa layanan ditinjau dari fungsinya secara relatif dengan produk – produk lain Supriyat (2022) persepsi akan berhubungan dengan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terhadap apa yang dikehendaki. Dengan cara menganalisa Perilaku konsumen kita dapat mengetahui pengaruhnya persepsi konsumen terhadap produk. Melalui persepsi konsumen, kita dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman dari produk kita. persepsi kualitas (perceived quality) adalah suatu persepsi pelanggan terhadap kualitas keseluruhan dan keunggulan suatu produk atau jasa dan hubungan dengan alternatifnya. Biasanya untuk konsumen yang kurang pengetahuan akan sebuah produk yang akan dibelinya, mereka mempersepsikan kualitas produk tersebut dari aspek reputasi merk, reputasi perusahaan, harga ataupun country of origin Menurut Aaker dalam Barrigusti (2020). Jadi perceived quality (persepsi kualitas) merupakan pandangan konsumen tentang baik atau buruknya citra atau reputasi terhadap suatu produk. Dalam penelitian Barrigusti (2020) menunjukan bahawa terdapat pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE*, *E-WOM* DAN PRESEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DIET *DETOX* (STUDY KASUS PRODUK FLIMTY)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada penelitian ini yang menjadi perumusan pokok penelitian adalah pengaruh *healthy lifestyle*, *E-WOM* dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk diet *detox* pada *e-commers* (study kasus produk flimty) adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Healthy Lifestyle* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Diet *Detox* (Study Kasus Produk Flimty)?.
2. Apakah *E-WOM* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Diet *Detox* (Study Kasus Produk Flimty)?.
3. Apakah Persepsi Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian produk Diet *Detox* (Study Kasus Produk Flimty) ?.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh *Healthy Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Diet *Detox* (Study Kasus Produk Flimty).
2. Untuk mengetahui Pengaruh *E-Wom* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Diet *Detox* Study Kasus Produk Flimty).
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Diet *Detox* (Study Kasus Produk Flimty).

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini untuk dapat menambah wawasan bagi peneliti dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai ” *Healthy Life Style*, *E-WOM* Dan Persepsi Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian” .
2. Hasil penelitian ini sebagai pertimbangan untuk peneliti selanjutnya untuk menambah referensi skripsi perpustakaan IBI Darmajaya, sebagai tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang

meneliti pada bidang usaha yang sama maupun khalayak umum untuk menambah pengetahuannya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan dalam laporan tugas akhir ini dapat terarah maka penulis memberikan ruang lingkup penelitian yaitu:

1. Ruang Lingkup Subjek

Subjek penelitian ini adalah konsumen Produk herbal diet detox produk Flimty.

2. Ruang Lingkup Objek

Objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Healthy Lifestyle, E-Wom dan Presepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Herbal Diet Detox (Study Kasus Produk Flimty).

3. Ruang Lingkup Tempat

Penelitian ini di lakukan di Indonesia

4. Ruang Lingkup Waktu

Waktu penelitian di lakukan pada bulan November 2022 sampai dengan Februari 2023.

5. Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah Healthy Lifestyle E-WOM dan Presepsi Kualitas Produk.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis dari penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel

penelitian, definisi operasional variabel, metode analisis data serta pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang deskriptif obyek penelitian, analisis data dan hasil serta pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II, dan III.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang simpulan dan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

Daftar Pustaka

Lampiran-lampiran