

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era millennial sekarang banyak remaja hingga orang dewasa yang telah terkena virus “Hallyu Korea” atau bisa disebut juga “Korean Wave”. Gelombang Korea atau lebih dikenal sebagai Hallyu Wave mengacu pada penyebaran budaya Korea Selatan di seluruh dunia atau kecintaan pada ekspor budaya Korea Selatan. Hallyu wave pada hakikatnya merupakan fenomena demam Korea yang disebarkan melalui Korean Pop Culture ke seluruh penjuru dunia menggunakan media massa, dan yang terbesar lewat jaringan internet dan televisi. Daya tarik terbesarnya berawal dari Drama dan Musik. Contohnya begitu banyak aktor, aktris, dan tak lupa pula Boyband dan Girlband dari negeri Ginseng tersebut yang telah mendunia. Bahkan brand-brand terkenal mereka juga menjadi 'meledak' (rika, 2022).



Sumber : [https://d.images.search.yahoo.com/search/images;\\_ylt](https://d.images.search.yahoo.com/search/images;_ylt)

Gambar 1.1  
Penyebaran Korean Wave

Pada gambar 1.1 menjelaskan bahwa Semakin meningkatnya fans kpop di dunia terutama di Indonesia sehingga membuat para brand brand di Indonesia pun mulai berbondong-bondong untuk menjadikan idol korea maupun aktor untuk menjadi brand ambassador dari produk mereka. Seperti tidak mau ketinggalan, menurut [beautynesia.id](http://beautynesia.id) produk kecantikan yang dirintis aktris Felicya Angelista, yaitu produk kecantikan merek Scarlett pada 18 Juni 2023 lalu telah resmi bekerjasama dengan boyband K-Pop papan atas besutan SM Entertainment, EXO. Chanyeol dan kawan-kawannya kini menjadi Glow Ambassador Scarlett. Felicya menyebutkan, EXO yang kini didapat sebagai Glow Ambassador Scarlett, diharapkan bisa menemani perjalanan Sahabat Scarlett merawat kulit sehingga memperoleh kulit impian mereka.

Dari sisi *brand awareness*, menurut [lifestyle.sindonews](http://lifestyle.sindonews) saat ini produk Scarlett berhasil meningkatkan antusiasme konsumen melalui Sahabat Scarlett sehingga produk kolaborasi Scarlett Exo terjual habis dalam kurun waktu 10 menit di berbagai e-commerce. “Dukungan dan kasih sayang fandom EXO-L yang besar terhadap EXO menginspirasi kami untuk bisa menggandeng boyband ternama ini sebagai salah satu Glow Ambassador Scarlett yang terbaru,” jelas Felicya Angelista. Untuk memeriahkan kedatangan EXO sebagai bagian dari keluarga Scarlett, Scarlett merilis produk Body Lotion versi Tube yang hadir dengan 6 varian original Scarlett terlaris, yaitu Jolly, Charming, Romansa, Freshy, Fantasia, dan Happy serta paket bundle spesial dengan free merchandise seperti photo cut. Scarlett berupaya terus melakukan inovasi untuk memenuhi keinginan Sahabat Scarlett, dimana dalam series terbaru ini Scarlett ‘mengemas ulang’ Body Lotion-

nya dengan kemasan spesial yang lebih simpel, praktis, dan minimalis untuk dibawa. Disamping itu, citra produk yang dimiliki oleh scarlett menjadikan produknya yang disinyalir sebagai produk pilihan member EXO ini juga mudah ditemukan dimanapun karena tersedia di ecommerce dan toko toko terdekat.

Dari sisi *brand image*, menurut data yang ada pada *website* Databoks ([databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)), saat ini produk Scarlett Whitening menjadi produk lokal nomor 1 yang mampu memimpin pasar dalam bidang perawatan tubuh melalui riset yang dilakukan compas pada bulan Agustus 2021 pada *e-commerce* Shopee dan Tokopedia, selain itu Scarlett Whitening juga unggul dalam meraih pangsa pasar dibanding produk lain yaitu sebesar 18.9%. Tidak hanya itu Felicya Angelista selaku pemilik dari produk Scarlett Whitening dapat membangun *brand image* dari produknya dengan menggunakan penampilannya yang terkenal dengan kulit wajah yang putih, mulus dan cantik sehingga persepsi tersebut tertanam pada pemikiran masyarakat (Shanfi Maylita Inggasari1, 2022).



Sumber : <https://id.images.search.yahoo.com/search/images;>

Gambar 1.2  
Brand Ambassador Scarlett Whitening

Berdasarkan gambar 1.2 di atas, menjadi alasan peneliti memilih scarlett whitening menjadi objek penelitian, di samping itu juga peneliti yang menggemari music kpop terutama exo sangat antusias untuk menjadikan ini sebagai objek penelitian skripsi. maka dari itu peneliti akan melakukan kajian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh boy grup exo terhadap keputusan pembelian body lotion scarlett whitening. Melalui penelitian ini, penulis ingin menganalisis seberapa besar dampak dari boy grup exo dalam meningkatkan penjualan produk scarlett whitening. Dan ingin memahami sejauh mana faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian body lotion scarlett

Hasil penelitian terdahulu menurut penelitian dari nadia & aulia terdapat pengaruh positif secara langsung antara brand ambassador terhadap Keputusan pembelian, hasil penelitian dari siregar 2020 dikatakan bahwa brand image memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian secara online di toko medan top galeri di kota medan, untuk peneliti yang ke 3 dari sari dewi 2020 dikatakan bahwa brand awareness berpengaruh positif terhadap citra merek dan Keputusan pembelian. Dan dari peneliti nabilla 2020 mengatakan bahwa brand ambassador berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian

## 1.2 **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut ini:

1. Apakah *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian body lotion scarlett whitening?

2. Apakah *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap citra merek scarlett whitening?
3. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian body lotion scarlett whitening?
4. Apakah kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap citra merek scarlett whitening?
5. Apakah kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian scarlett whitening?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis/menguji signifikansi pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian body lotion scarlett whitening
2. Menganalisis/menguji signifikansi pengaruh *brand ambassador* terhadap citra merek scarlett whitening
3. Menganalisis/menguji signifikansi pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian body lotion scarlett whitening
4. Menganalisis/menguji signifikansi pengaruh kesadaran merek terhadap citra merek scarlett whitening
5. Menganalisis/menguji signifikansi pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian body lotion scarlett whitening

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dirasakan oleh pihak ke tiga, yaitu bagi perusahaan, bagi peneliti, dan bagi pembaca manfaat dari penelitian ini adalah:

- 1 **Bagi Perusahaan**, hasil dari penelitian ini dapat memberikan solusi bagi perusahaan bahwa brand ambassador actor/idol korea bisa meningkatkan penjualan.
- 2 **Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas**, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa yang membutuhkan penelitian untuk mendukung teori dalam ilmu pemasaran khususnya terkait penjualan produk, dan brand image.
- 3 **Bagi pembaca**, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk menambah wawasan manajemen tentang pemasaran suatu brand.
- 4 **Bagi peneliti**, hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan serta dapat memberikan bukti nyata mengenai pengaruh boy grup exo terhadap keputusan pembelian produk body lotion scarlett whitening.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan dijelaskan tentang latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab tinjauan pustaka dijelaskan perihal ringkasan dari penelitian terdahulu yang disertai landasan teori yang berhubungan dengan topik penelitian. Beragam teori

dari peneliti terdahulu dijelaskan secara sistematis dan informasi tersebut digunakan untuk menyusun kerangka penelitian untuk mempermudah pengambilan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab metodologi penelitian diuraikan mengenai rancangan penelitian, Batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrument penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data penelitian uji validitas dan realibilitas instrument penelitian, serta teknik analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Pada bab gambaran subyek penelitian dan analisis data diuraikan mengenai hasil penelitian yang telah didapatkan oleh peneliti tentang permasalahan yang telah dirumuskan dan menjabarkan penjelasan mengenai hasil temuan yang dianalisis dengan analisis deskriptif, analisis statistic, dan pembahasan.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab penutup berisis kesimpulan penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan subjek serupa.