

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peluang untuk memasarkan produk dengan memanfaatkan *social media* khususnya yang berbasis internet sangatlah besar dan luas, bukan saja dapat dilakukan dalam skala lokal dan nasional namun juga terbuka luas untuk menambah segmen pasar dalam skala global tanpa di batasi waktu dan tempat. Salah satu strategi yang dapat di gunakan untuk menjalankan penjualan produk yaitu dengan *Social Media Marketing*. *Social Media Marketing* adalah strategi, teknik dan proses marketing yang menggunakan *Social Media* sebagai sarana untuk mempromosikan suatu produk atau jasa, *Social media marketing* memiliki komunitas yang lebih besar untuk melakukan pemasaran dari pada melalui saluran periklanan tradisional (Hall, 2012).

Salah satu perusahaan yang aktif melakukan *social media marketing* adalah Daviena Skincare, Daviena Skincare adalah produk skincare yang sangat banyak diminati oleh remaja saat ini, karena fokusnya pada produk yang aman dan efektif untuk kulit muda. Latar belakang brand ini mencakup pemahaman bahwa kulit remaja sering kali mengalami perubahan akibat faktor hormonal, lingkungan, dan gaya hidup, Daviena menawarkan produk yang diformulasikan tanpa bahan berbahaya, sehingga cocok untuk kulit sensitif remaja. Selain itu, mereka juga menekankan pentingnya edukasi tentang perawatan kulit, membantu remaja memahami rutinitas skincare yang tepat untuk menjaga kesehatan dan kecantikan kulit mereka.

Dengan pendekatan yang ramah dan informatif, Daviena berusaha menciptakan kesadaran akan pentingnya perawatan kulit sejak dini, membentuk kebiasaan baik yang akan berdampak positif di masa depan. Di Indonesia trend kecantikan semakin berkembang pesat hal ini dapat dilihat dari adanya peningkatan pada industri skincare dari tahun ke tahun, kesadaran untuk merawat kecantikan turut berpengaruh yang disebabkan perubahan pola hidup masyarakat dan trend baru yang bermunculan (Adisty, 2022).

Daviena Skincare pertama kali muncul pada tahun 2017, ketika Melvina dan Dadang selaku owner Daviena Skincare memulai bisnis jualan skincare tanpa merek, bisnis ini kemudian berkembang pada tahun 2018, Melvina Husyanti mendirikan bisnis Daviena Skincare secara resmi, dimana Daviena Skincare dikenal karena Daviena Skincare lebih aktif memasarkan dan mempromosikan produknya melalui aplikasi TikTok dan Instagram. Akun TikTok mereka dengan username @melvinahusyanti96 memiliki sekitar 8 juta pengikut dan total likes sebanyak 245,7 juta pada konten yang diunggah, konten di akun tersebut mencakup informasi tentang produk Daviena Skincare, seperti bahan-bahan dalam setiap produk, fungsi, manfaat, keunggulan produk Daviena Skincare, dan akun tersebut sering juga membuat konten tentang kehidupan sehari-hari owner serta karyawan Daviena Skincare. Konten-konten ini mendapatkan jumlah viewers yang signifikan, mulai dari puluhan ribu hingga jutaan, tidak hanya itu Daviena Skincare juga sering melakukan *Live* pada Tiktok dimana saat *Live* Daviena Skincare sering sekali memberi *discount* sehingga cara pemasaran produk ini dapat membuat banyak

orang terpengaruh untuk melakukan pembelian dan produk Daviena Skincare banyak terjual.

Social media marketing dapat membangun hubungan antara konsumen dengan produk dalam meningkatkan keputusan pembelian karena adanya pengaruh dari iklan, konten, bahkan live yang dilakukan oleh produk Daviena Skincare, sering kali juga konsumen sebelum melakukan pembelian banyak diantara mereka melihat terlebih dahulu testimoni atau *review* yang pernah membeli produk ini sehingga mereka berbagi pengalaman positif, menciptakan kepercayaan dan memperkuat reputasi merek, sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk tersebut, tetapi sering juga terjadi kepada konsumen yang sudah pernah membeli tidak cocok dengan produk Daviena sehingga mendapatkan *review* kurang baik dari konsumen.

Social media marketing dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Daviena Skincare, dimana target pasar Daviena Skincare adalah Wanita yang berusia lebih dari 17 tahun seperti mahasiswi yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja, berdasarkan wawancara yang saya lakukan pada beberapa mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja banyak dari mahasiswi tersebut yang terpengaruh oleh iklan dan konten testimoni atau *review* yang dibuat oleh *customer* Daviena Skincare tentang hasil pemakaian yang cocok dan membantu permasalahan kulit, dimana dari wawancara tersebut saya mendapatkan jumlah mahasiswi yang pernah melakukan pembelian melalui *Social Media Marketing* sebanyak 33 Mahasiswi

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan PembelianProduk Daviena Skincare Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh antara *social media marketing* terhadap keputusan pembelian produk Daviena Skincare pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Baturaja.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* terhadap keputusan pembelian produk daviena skincare pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis universitas baturaja.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai tingkat pendidikan dan kebutuhan serta merupakan perbandingan antara teori yang diperoleh selama kuliah.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu bisnis untuk meningkatkan strategi social media marketing yang efektif dan lebih efisien dalam menghadapi persaingan pada pasar *skincare* yang perasingan semakin ketat dari tahun ke tahun.

1.4.3 Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan dan informasi untuk bekal mahasiswa di masa yang akan datang dan menambah bahan perpustakaan Universitas Baturaja sehingga menambah pengetahuan bagi yang membacanya.