

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penampilan saat ini merupakan hal yang sangat penting bagi wanita. Kosmetik dan produk-produk perawatan tubuh kini menjadi suatu kebutuhan dalam mempercantik penampilan selain fashion karena penampilan dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam diri wanita. Dengan peningkatan kepercayaan diri wanita dapat memiliki peran penting dalam berbagai bidang. Hal ini membuat persaingan antara pasar industri perawatan pribadi dan kosmetik memiliki pertumbuhan yang cepat dan semakin kompetitif. Banyak jenis-jenis perawatan pribadi dan kosmetik yang beredar di masyarakat baik produk dalam negeri maupun luar negeri khususnya produk perawatan tubuh yang banyak digunakan oleh wanita di Indonesia yaitu *body lotion*. Kebutuhan akan produk *body lotion* ini disebabkan oleh faktor iklim tropis yang ada di Indonesia, karena cuaca di Indonesia yang cenderung panas. Cuaca yang panas akan membuat permasalahan dikulit atau bahkan dapat rusak kulit seperti kulit menjadi kusam bahkan menghitam serta kulit menjadi kering. Inilah yang membuat wanita memerlukan produk yang dapat memberikan perlindungan pada kulit mereka. Dilansir dari cnnindonesia.com perempuan mulai usia 15-30 tahun cenderung ingin berpenampilan menarik, maka dari itu tidak heran jika mereka merawat tubuh mereka.

Gambar 1.1 Kategori Produk Kecantikan Yang Diminati Wanita

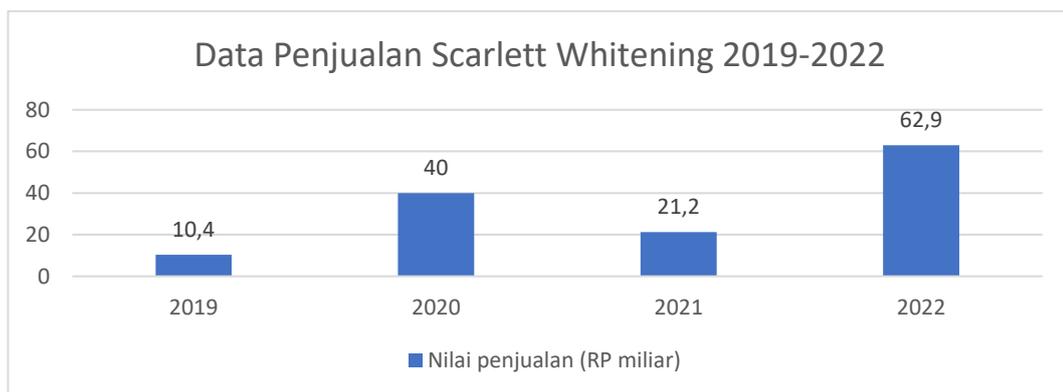


Sumber: Hasil Survei Zap Beauty Index 2022

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan hasil survei ZAP Beauty Index yang dilakukan pada tahun 2022 terhadap 9000 responden Wanita di Indonesia, dimana lebih dari 50% wanita Indonesia menganggap bahwa wanita yang cantik adalah

wanita yang memiliki kulit yang cerah dan *glowing*. Sejalan dengan ini 76,4% wanita Indonesia menginginkan produk perawatan yang dapat memberikan efek mencerahkan pada kulit mereka. Hal ini yang menyebabkan banyak muncul perusahaan di industri produk perawatan pribadi dan kosmetik. Fenomena ini yang membuat kondisi persaingan perusahaan kecantikan produk kosmetik yang semakin ketat. Dengan banyaknya kompetitor dalam produk perawatan pribadi dan kosmetik yang memiliki segala macam keunggulan perusahaan dituntut untuk memberikan keunggulan, yang berbeda dari para pesaingnya untuk dapat menghadapi para pesaingnya.

Tabel 1.1 Data Penjualan *Scarlett Whitening* Tahun 2019-2022



Sumber: (www.compas.co.id,2022)

Tabel 1.1 menunjukkan pada tahun 2019 penjualan produk *Scarlett Whitening* mencapai 10,4 miliar rupiah, dan mengalami peningkatan penjualan produk pada tahun 2020 menjadi 40 miliar, namun pada tahun 2021 produk *Scarlett Whitening* mengalami penurunan penjualan menjadi 21,2 miliar rupiah, dan mengalami kenaikan penjualan lagi di tahun 2022 sebesar 62,9 miliar rupiah.

Penelitian ini dilakukan pada produk *Scarlett Whitening* dimana *brand* ini merupakan *brand* lokal yang baru muncul di pasaran, namun *brand* ini sudah mempunyai pangsa pasar yang tinggi dengan kedudukannya yang baru merintis 7 tahun belakangan ini dan menjadi produk yang paling diminati. *Scarlett Whitening* telah menjadi top *brand* lokal terlaris dan tahun 2021 total penjualan *Scarlett Whitening* menembus miliar pada tiap bulannya. *Scarlett Whitening* merupakan perusahaan lokal milik artis cantik Bernama Felicya Angelista yang mendirikan perusahaannya pada tahun 2017, yang diproduksi oleh PT. Motto Beringin Abadi, Bogor, Indonesia. Produk *Scarlett Whitening* semuanya sudah teruji aman oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI). Walaupun baru berjalan 7 tahun namun produk *Scarlett Whitening* sudah mampu bersaing dengan produk dikategori yang sama dan sudah lama di pasaran.

Berdasarkan penelitian terdahulu dalam (khoerul ummah, 2022a) hal ini disebabkan karena banyaknya pilihan produk perawatan kulit yang menawarkan kualitas produk dengan masing-masing keunggulan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen seperti produk *Somethinc*, *Avoskin* dan lain-lain sehingga konsumen merasa sulit untuk menentukan Keputusan Pembeliannya. Konsumen mudah berpindah pada produk lain dapat disebabkan karena produk lain tersebut sedang menjadi *trend* di media sosial khususnya di kalangan *beauty vlogger* yang memberikan *review* bahwa produk tersebut merupakan produk yang bagus dan memberikan hasil yang sangat memuaskan. Hal ini mengidentifikasi bahwa rendahnya loyalitas pelanggan dalam penggunaan produk *Scarlett Whitening* pada konsumen di kota Bandar Lampung.

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa terjadinya penurunan yang , karena adanya penurunan loyalitas pelanggan yang dapat disebabkan oleh banyak faktor yang mempengaruhi. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat melakukan inovasi produk yang dapat menarik minat beli konsumen. Perusahaan harus dapat memberikan kualitas produk yang lebih baik dari sebelumnya agar dapat meningkatkan kepuasan dan meningkatkan *brand image* pada pengguna produk *Scarlett Whitening*.

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019 : 206). Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi

Loyalitas adalah komitmen yang dapat dipegang secara yakin untuk melakukan pembelian produk kembali atau jasa yang digemari dimasa yang akan datang meskipun situasi dan usaha yang dilakukan pemasaran dapat mempengaruhi potensi yang dapat menyebabkan pelanggan beralih (Kotler dan Keller, 2018 dalam khoerul ummah, 2022). Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan terhadap loyalitas pelanggan, yang dimana kepuasan pelanggan mengalami penurunan jika adanya kekurangan dalam kinerja dari apa yang telah diharapkan dan apabila sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan merasakan kepuasan pelanggan (Hartanto dan Andreani, 2019 dalam khoerul ummah, 2022). Sejalan dengan pendapat Maya, (2020) dalam (khoerul ummah, 2022a) dimana

kepuasan pelanggan dapat meningkatkan penilaian dari pelanggan atas kinerja, dimana hal ini berarti kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016) *brand image* merupakan pandangan konsumen terhadap suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada di dalam pikiran konsumen.

Berdasarkan fenomena diatas dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan *Brand image* terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk *Scarlett Whitening* di Bandar Lampung”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menghitung pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk *Scarlett Whitening* di Bandar Lampung?
2. Untuk menghitung pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan produk *Scarlett Whitening* di Bandar Lampung?
3. Untuk menghitung pengaruh kepuasan pelanggan dan *brand image* terhadap loyalitas pelanggan produk *Scarlett Whitening* di Bandar Lampung?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti diarahkan pada analisis dibatasi pada kepuasan pelanggan dan *brand image*. Pembatasan masalah dilakukan mengingat keterbatasan waktu, biaya dan kemampuan penulis.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk *Scarlett Whitening* di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan produk *Scarlett Whitening* di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui besar pengaruh kepuasan pelanggan dan *brand image* terhadap loyalitas pelanggan produk *Scarlett Whitening* di Bandar Lampung.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian maka manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dan referensi yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya untuk perkembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.

2. Bagi *Scarlett Whitening*.

Diharapkan penelitian ini akan menghasilkan masukan yang dapat bermanfaat bagi perusahaan sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang baru untuk menarik konsumen baru untuk bergabung dan memperbaiki pelayanan yang masih kurang khususnya pada konsumen di Bandar Lampung.