

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiringnya perkembangan zaman yang menjadikan keinginan serta kebutuhan para konsumen terhadap produk kecantikan untuk merawat diri, selain perawatan wajah yang paling diperhatikan oleh banyak wanita adalah perawatan tubuh. *Body care* adalah serangkaian perawatan untuk menjaga kondisi tubuh tetap sehat dan terawat dengan menggunakan *body lotion*, karena *body lotion* memiliki manfaat untuk kulit yang dapat melembabkan dan mencegah kulit kusam dapat juga mencerahkan kulit.

PT. Opto Lambung Sejahtera adalah sebuah perusahaan yang mengelola produk perawatan kecantikan lokal dengan nama *brand* “*Scarlett Whitening*”. Produk tersebut adalah produk kecantikan yang berdiri sejak 2017. *Brand* ini mengeluarkan 3 kategori produk perawatan yaitu untuk perawatan *body care*, *hair care* dan *face care* yang sudah bersertifikat BPOM. Penelitian ini akan berfokus pada produk *Body Care* atau *body lotion* Scarlett.

Era globalisasi dalam dunia bisnis menjadi pemicu dalam pemasaran dan pertumbuhan pesat dari tahun ke tahun. Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat perusahaan harus dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah hasil dari kepuasan pelanggan yang nanti akan memberikan *feedback* untuk perusahaan, *feedback* tersebut yaitu hubungan harmonis antara perusahaan dan pelanggan (Tjiptono, 2014:338).

Untuk menjaga loyalitas pelanggan maka juga menjaga kepercayaan merek. Kepercayaan merek ialah konsumen yang bersedia untuk mempercayai suatu merek dengan segala resikonya karena adanya harapan mendapatkan hasil yang baik dari suatu merek, dan konsumen akan setia terhadap merek tersebut (Rahmadhani, et.al 2022). Menurut Kotler dan Amstrong (2016:263) kepercayaan merek adalah konsumen mempercayai suatu produk dengan segala resikonya karena adanya harapan atau ekspektasi tinggi terhadap merek tersebut akan memberikan hasil yang positif kepada konsumen sehingga menimbulkan kepercayaan dan loyalitas terhadap suatu merek.

**Tabel 1.1**

**Top Brand Body Lotion & Body Butter di Shopee Dan Tokopedia**

<b>No</b>	<b>Brand</b>	<b>Marketshare (%)</b>
<b>1</b>	<b>Scarlett</b>	<b>23,42</b>
<b>2</b>	<b>Vaseline</b>	<b>9,09</b>
<b>3</b>	<b>Nivea</b>	<b>8,71</b>
<b>4</b>	<b>Precious Skin AHA</b>	<b>3,19</b>
<b>5</b>	<b>Dosting</b>	<b>3,15</b>

Sumber : Data compas, 2023.

Berdasarkan data pada tabel 1 yang diperoleh dari compas.co.id penjualan produk kategori *body lotion* pada penjualan di *e-commerce* Shopee dan Tokopedia terdapat keunggulan produk scarlett yang paling banyak diminati atau paling unggul produk dalam penjualan. Produk scarlett ada di posisi paling unggul dengan *market share* sebesar 23,42%, dapat disimpulkan hal tersebut mengindikasikan bahwa minat beli terhadap produk Scarlett *whitening body lotion* tinggi.

Masalah dalam kualitas produk *body lotion* yaitu kehilangan wangi pada produk *body lotion* mungkin disebabkan oleh berbagai faktor, seperti formulasi yang kurang tahan lama, penyimpanan yang tidak tepat, atau kualitas bahan baku yang kurang baik.

Permasalahan kepercayaan merek terkait dengan penawaran "buy 1 get 1" dari merek Scarlett tidak sesuai dengan promosinya yang tertulis "buy 1 get 1" namun pada saat konsumen membeli produk tersebut sejumlah 3 pcs, konsumen tersebut hanya menerima satu free produk bukan tiga free produk. Hal tersebut mengakibatkan kepercayaan merek menurun.

Perbedaan hasil penelitian (*research gap*) Usadha (2019) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian dari Budiono (2021) menyebutkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Bella dan Wiryawan (2019) menunjukkan bahwa *kepercayaan merek* (kepercayaan merek) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian dari Susanti, Welsa dan Cahyani (2021) menyebutkan bahwa *brandtrust* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Razak (2019) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian dari Santoso (2019) menyebutkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Marsellina dan Budiono (2019) menunjukkan bahwa *kepercayaan*

*merek* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian dari Chulaifi dan Setyowato (2018) menyebutkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## 1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Variabel eksogen pada penelitian ini yaitu kualitas produk dan kepercayaan merek
- b. Variabel endogen pada penelitian ini yaitu loyalitas pelanggan.
- c. Variabel intervening pada penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan.
- d. Objek penelitian ini yaitu produk *body lotion* Scarlett.
- e. Responden pada penelitian ini yaitu mahasiswa prodi Manajemen FEB UMK yang menggunakan produk *body lotion* Scarlett.
- f. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2023 s.d. Januari 2024.

## 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan komentar pada akun Shopee Mall Scarlett menunjukkan bahwa terdapat keluhan kualitas produk serta kepercayaan merek seperti produk *body lotion* Scarlett memiliki claim wangi yang tahan lama namun wangi *body lotion* tidak tahan lebih dari 1 jam dan informasi promo yang kurang jelas. Komentar pada keluhan pelanggan tersebut dapat mengakibatkan loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan menjadi turun. Dari masalah penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk *body lotion* Scarlett pada mahasiswa prodi Manajemen FEB UMK?
- b. Bagaimana pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan produk *body lotion* Scarlett pada mahasiswa prodi Manajemen FEB UMK?
- c. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk *body lotion* Scarlett pada mahasiswa Prodi Manajemen FEB UMK?
- d. Bagaimana pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan produk *body lotion* Scarlett pada mahasiswa prodi Manajemen FEB UMK?
- e. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk *body lotion* Scarlett pada mahasiswa prodi Manajemen FEB UMK?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk *body lotion* Scarlett pada mahasiswa prodi Manajemen FEB UMK.
- b. Menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan produk *body lotion* Scarlett pada mahasiswa prodi Manajemen FEB UMK.
- c. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk *body lotion* Scarlett pada mahasiswa prodi Manajemen FEB UMK.
- d. Menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan produk *body lotion* Scarlett pada mahasiswa prodi Manajemen FEB UMK.
- e. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk *body lotion* Scarlett pada mahasiswa prodi Manajemen FEB UMK.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini memiliki harapan yang dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu:

### a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai referensi serta pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi peneliti selanjutnya.

### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan Scarlett terkait dengan kualitas produk, kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan.