

## BAB I

### PENDAHULUAN

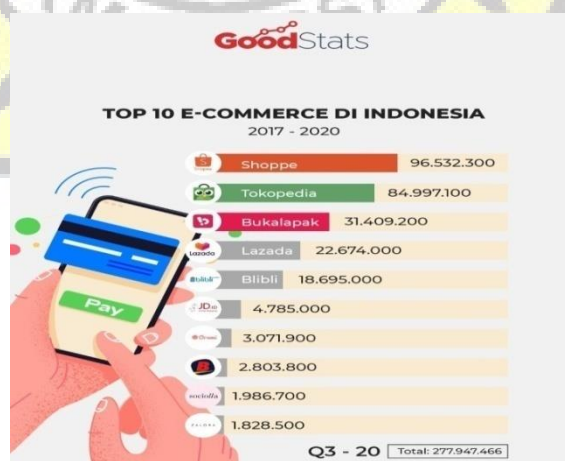
#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kosmetik dan *skincare* sudah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi kaum wanita milenial pada tren saat ini. *skincare* adalah perawatan kulit dengan menggunakan produk-produk tertentu, khususnya untuk wajah. Mengapa *skincare* sangat penting? Karena untuk kesehatan kulit wajah dan wajah butuh perlindungan agar tidak terpapar langsung oleh sinar matahari. Bagi kaum wanita untuk merawat bagian muka sangatlah penting dikarenakan dapat meningkatkan rasa kepercayaan diri, terhindar dari masalah kulit, membuat awet muda maupun kulit berfungsi optimal.

Kementrian perindustrian mencatat pertumbuhan kosmetik di Indonesia yang semakin meningkat. Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka (IKMA) kementerian Perindustrian Gati Wibawaningsih menyampaikan bahwa sektor kosmetik tumbuh signifikan pada tahun 2020, yang terlihat dari kinerja pertumbuhan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional di mana kosmetik termasuk di dalamnya tumbuh 9,39%. Sektor tersebut berkontribusi 1,92% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Industri farmasi dan obat tradisional termasuk kosmetik, diharapkan terus didorong menggunakan bahan baku lokal karena Indonesia memiliki keunggulan komparatif dibandingkan dengan negara – negara penghasil

produk jamu dan kosmetik berbahan alami lainnya seperti China dan Malaysia. Indonesia memiliki potensi tanaman obat yang banyak tumbuh di berbagai wilayah dengan sejumlah sekitar 30.000 spesies dari 40.000 spesies tanaman obat di dunia. Di tengah tekanan dampak pandemic covid-19, kelompok manufaktur tersebut mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap devisa melalui capaian nilai ekspor.

*E-commerce* secara umum dapat diartikan sebagai transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet. Selain itu *e-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, servis dan informasi secara elektronik. Dalam melakukan *e-commerce* penggunaan internet menjadi pilihan favorit oleh kebanyakan orang karena kemudahan - kemudahan yang dimiliki oleh jaringan internet.



Sumber : [goodnewsfromindonesia.id](http://goodnewsfromindonesia.id)

**Gambar 1.1**  
**Peta *e-commerce* Indonesia**

Pada gambar 1.1 tentang penguasa *e-commerce* di Tanah Air Indonesia mengurutkan beberapa pemain besar yang berlomba-lomba memikat pengguna internet berkunjung ke situs web dan akun-akun media sosialnya. Seperti kita tahu, beberapa tahun kebelakangan ini Indonesia dibanjiri oleh pelaku *e-commerce* yang terus menerus melakukan inovasi dan mulai tampak siapa yang unggul di papan atas. Tentu seperti hal lain di ranah digital data ini bersifat dinamis dan sangat mungkin berubah di masa depan. Data yang dikumpulkan oleh iprice, situs aggregator belanja daring, memperlihatkan bahwa pada kurun waktu 2017-2020, Lazada, Tokopedia, Bukalapak dan Shopee bersaing sengit dalam memperebutkan pengunjung web bulanan dan popularitas di media sosial. Penurunan kunjungan di Tokopedia disebabkan oleh para pelanggan yang mulai melirik Shopee. Setelah melakukan promosi besar-besaran, untuk pertama kalinya Shopee berhasil menembus peringkat pertama. Dibandingkan aplikasi lain, Shopee menjadi yang paling getol dalam memberikan promo gratis ongkir dan *cashback*. Hampir setiap transaksi selalu ada penawaran *cashback*. Gratis ongkirnya pun menjangkau ke seluruh wilayah Indonesia.

Scarlett merupakan produk kosmetik lokal fenomenal saat ini yang menawarkan berbagai produk *skincare* secara *online* dengan memanfaatkan *marketplace*. Jumlah pengikut dalam akun instgram 4 juta pengikut dan dengan jumlah penjualan di Shopee 748.686, menawarkan produk *skincare* seperti body lotion, *shower scrub*, *shampoo* dan *conditioner*, *facial wash*, *brightening moisturizer scarlett*. Banyak sekali blogger dan juga vloggers

yang membahas produk pemutih milik scarlett. Produk perawatan tubuh asal Indonesia yang dirilis oleh Felicya Angelista, terkenal dengan rangkaian produk *whitening-nya*. Selain mengandung bahan aktif yang terbukti bisa membantu mengangkat sel kulit mati dari tubuh kita dan juga mencerahkan kulit.

**Tabel 1.1**  
**Jenis Produk Scarlett**

No.	Jenis Produk
1.	<i>Scarlett Whitening Brightly Ever After Night Cream</i>
2.	<i>Scarlett Whitening Brightly Ever After Day Cream</i>
3.	<i>Scarlett Whitening Brightly Acne Night Cream</i>
4.	<i>Scarlett Whitening Brightly Acne Day Cream</i>
5.	<i>Scarlett Whitening Brightly Ever After Serum</i>
6.	<i>Scarlett Whitening Brightly Acne Serum</i>
7.	<i>Scarlett Whitening Shower Scrub Mango</i>
8.	<i>Scarlett Whitening Shower Scrub Pomegrante</i>
9.	<i>Scarlett Whitening Shower Scrub Cucumber</i>
10.	<i>Scarlett Whitening Body Scrub Pomegrante</i>
11.	<i>Scarlett Whitening Body Scrub Romansa</i>
12.	<i>Scarlett Whitening Facial Wash</i>
13.	<i>Scarlett Whitening Body Lotion Romansa</i>
14.	<i>Scarlett Whitening Body Lotion Charming</i>
15.	<i>Scarlett Whitening Body Lotion Fantasia</i>
16.	<i>Scarlett Whitening Yordanian Seasalt Conditioner</i>
17.	<i>Scarlett Whitening Yordanian Sea Salt Shampoo</i>

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa produk skincare Scarlett cukup lengkap, melalui *brand* skincare memproduksi hampir disetiap lini produk skincare. Setiap produk skincare sangatlah aman dikarenakan telah teruji BPOM dan dapat dicek di google untuk mengetahui BPOM produk Scarlett itu sendiri masing-masing. Produk Scarlett juga halal karna teruji menggunakan bahan-bahan yang halal. Untuk kemasan setiap produk didesain dengan warna yang full *colour* dan menarik daya tarik pembeli. Bukan hanya itu saja produk Scarlett juga aman digunakan oleh kaum muda-mudi maupun orang dewasa.

Scarlett melakukan penjualan secara *online* di Shopee dengan nama toko Scarlett *Whitening* official shop merupakan store *online* scarlett pusat yang menjual produk scarlett untuk pribadi maupun dijual kembali oleh *reseller*. Di toko online Scarlett juga memiliki harga yang sama namun jika berbelanja melalui aplikasi Shopee akan mendapatkan harga ongkir yang kompetitif. Bahkan bukan hanya kompetitif, promo gratis ongkir bukanlah hal asing lagi di Shopee. Membuat para konsumen berbelanja produk Scarlett melalui *e-commerce* Shopee untuk menghemat biaya ongkos kirim dan mendapatkan harga yang murah dengan barang berkualitas.

Di masa pandemi covid-19 ini membuat banyak orang kerja dirumah sehingga membuat kaum wanita sadar atas kesehatan muka dan badan yang harus dia rawat dan jaga dengan baik. Terutama dimasa pandemi ini mengakibatkan banyaknya waktu kita dirumah sehingga bosan untuk melakukan hal apalagi dirumah. Sehingga kaum wanita melakukan

perawatan muka maupun badan sendiri dirumah dengan membeli produk *skincare* yang mereka gunakan dan melakukan perawatan sendiri dirumah sehingga menyebabkan kosmetik maupun *skincare* mengalami peningkatan penjualannya.



Sumber : [Compas.co.id](http://Compas.co.id)

**Gambar 1.2**  
**Penguasa *Brand* Perawatan Tubuh 2021**

Pada gambar diatas menyatakan bahwa penjualan tertinggi datang dari kategori perawatan tubuh dengan persentase 57% dari keseluruhan transaksi di pasar. Kategori perawatan tubuh meliputi produk – produk kecantikan diantaranya *body lotion*, sabun mandi, *scrub lulur*, deodorant serta perawatan tangan dan kaki lainnya. Berdasarkan pemantauan compass.co.id, di awal tahun 2021 nilai total transaksi kategori perawatan kecantikan di pasar online sudah menembus angka Rp 20.000.000.000,-. Di tahun ini, nampaknya orang Indonesia masih lebih mempercayakan produk lokal untuk merawat diri. Di awal tahun ini Scarlett *whitening* kokoh di

puncak penjualan dengan market share sebesar 57%. Di posisi kedua ada Vaseline yang tertinggal cukup jauh yaitu 15% dan diikuti dengan lifebuoy sebesar 8%.

Menarik untuk dicermati bahwa Scarlett, merek lokal yang baru didirikan sejak 2017 mampu mengalahkan para kompetitornya yang notabene merupakan merek internasional. Total penjualannya sendiri mencapai lebih dari Rp 7 miliar dalam waktu kurang dari 2 minggu. Sementara itu jauh dari Scarlett yang masih terbilang baru, *brand* lainnya yang masuk 10 besar terlaris berdasarkan jumlah produk terjual diantaranya adalah Cetaphil, Erto's, Citra, Safi, Dove, serta Everwhite. Sedangkan berdasarkan nilai transaksi, Cetaphil menduduki posisi kedua dengan total penjualan sebanyak Rp1,6 miliar.

Produk Scarlett ini memiliki pertumbuhan pasar yang cukup signifikan, hal ini disebabkan perusahaan Scarlett memproduksi *skincare* dengan kualitas yang terbaik dengan harga yang terjangkau oleh siapapun. Selain itu, keunggulan dari produk Scarlett dibandingkan dengan kompetitornya adalah desain yang menarik dan berkualitas tinggi dan memiliki harga yang kompetitif. Dalam proses jual beli produknya Scarlett menjualkannya secara online maupun offline store atau toko fisik. Oleh karena itu dengan permintaan terhadap produk Scarlett semakin hari semakin tinggi, hal tersebut membuat para konsumen merasa mudah untuk mendapatkan produk scarlett dan melakukan pembelian secara *online* maupun offline.



Permintaan produk yang semakin tinggi itu dilihat dari banyaknya konsumen yang melakukan pembelian berulang pada *marketplace* Scarlett.

Faktor yang menyebabkan pertumbuhan industri adalah perubahan perilaku hidup masyarakat. Dalam sebuah artikel *kompas.com* (2018) dari hasil *survey* terhadap 17.889 wanita di Indonesia melalui kanal *online* menemukan fakta industri kecantikan diantaranya, yaitu wanita di Indonesia menyatakan sudah mulai mengenal make up ketika usia kurang dari 18 tahun (13-15 tahun) yakni sekitar 41,9%. Faktor lainnya, dikarenakan perkembangan teknologi digital yang cukup pesat.

Persaingan yang ketat dalam industri kosmetik memunculkan para pelaku industri kosmetik yang terus bertambah dari waktu ke waktu (Kontan, 2019). Persaingan yang ketat dalam industri kosmetik ini membuat banyak konsumen memiliki banyak pilihan produk kosmetik seperti *body lotion* dari berbagai macam merek. Dalam sebuah artikel *liputan6.com* (2017) hal ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan kosmetik lokal untuk selalu berinovasi dan menawarkan produk-produk yang menarik dengan harga yang terjangkau tetapi memiliki kualitas yang baik. Strategi ini bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan sehingga di masa mendatang konsumen memiliki minat untuk melakukan pembelian ulang. Dalam sebuah artikel *detik.com* (2019), produk perawatan kulit dan kosmetik lokal saat ini banyak menghiasi toko-toko *online*. Produk kecantikan seperti *lotion* pemutih merupakan salah satu produk pemutih badan yang laris di industri kosmetik.



**Tabel 1.2**  
**Review produk terhadap kualitas produk dan Kualitas Pelayanan di**  
***e-commerce* Shopee**

No.	Variabel	Nama	Review
1.	Kualitas Produk	Resiiechii	Terbaik emang scarlett pengirimannya gercep banget.
		Azzampermanaputra	Terimakasih barang sudah sampai, kualitas produk baik dan produk original.
		Yunita	Barangnya bagus tapi ukurannya segitu atau gimana, semoga cocok juga.
		Tasyaclarisa1234	Belum dicoba, semoga cocok biar berutusan di wajahku hilang, kalau cocok next cobain yang 1 paket.
		Qiana_syahla	Semoga cocok, agak tidak suka sama bau dari serum nya.
		Zhenisatya	Agak lengket dan baunya beda sama yang biasa dibeli
		Marselinasanny	Dicoba creamnya ke muka, sekali pake langsung jerawat gede gede banget. Serem abis creamnya tidak akan dipake lagi.
		8ug_ml4lyl	Wanginya tidak enak, sumpah tidak jelas aroma apa. Kecewa, tidak sewangi yang diharapkan
		Suciaprilia19	Terimakasih ka pesanannya sudah sampai dan sesuai dengan pesanan tapi maaf produk tidak ori semua dan sudah kejadian dua kali ini.  Pembelian pertama: facial wash, cream day brightly, cream night brightly, serum brightly.  Pembelian kedua: acne cream day, acne cream night, serum acne. Dan

			semua tidak original sangat kecewa.
		Ciciwahyuaji04	Day creamnya terlalu cair, tolong agak di padatkan tekstur creamnya, ini mah bukan cream jadi lebih ke body lotion.
		Mia.nova	-+ 19 hari sejak pemakaian pertama, tidak ada perbaikan. Muka tambah kusam, beruntusan kasar, kerut wajah dimana-mana bulug total.
		Ulfahhanifahhanjani	Fatal banget tidak ada logonya kayak bekas.
		Erinarachma88	Sudah 4kali beli, tapi kenapa kali ini teksturnya beda ya cair banget kayak air. Biasanya beli sedikit lebih kental. Tidak mungkin palsu juga tiap beli selalu di officialnya, kenapa kali ini bisa beda ya ?
		Yusi.lizza	Wangi tidak jelas wangi apa, kecewa banget. Sebelumnya beli wanginya enak banget joe Malone. Udah langganan, tapi pas beli kali ini rasanya kecewa banget. Body lotiom freshy tidak seperti biasanya, wanginya aneh.
		Hawa_shop18	Ini pembelian saya ke-2, yang pertama bagus, jernih hasilnya lumayan makanya beli lagi. Tapi, sekarang yang datang keruh, kekuningan dan baunya beda. Tidak bisa komplain karena tidak video pas dibuka karna udah percaya beli di official shopnya, ternyata begini kualitasnya, kecewa. Kapok.
2.	Kualitas Layanan	Tiyayuliani057	Barang aman sampai tujuan.
		Selvianakomang	Pengiriman cepat, barang aman, kurir ramah, tapi sayangnya aku tidak cocok sama serumnya terus kenapa bau serumnya menyegat

			banget mengganggu
		Destiyayustika	Ada satu barang yang pecah tapi respon adminnya hanya seperti itu sedikit kecewa tapi ya sudahlah tidak apa-apa.
		Chintiadewi03	Beli 3 produk tapi yang acne serum kemasannya bocor sudah komplain di wa tapi slow respon.
		Elbanisazahra	Yaampun jelek banget kemanan kemasannya, aku belum pakai sama sekali dan tiba-tiba bocor sampe habis padahal aku simpan di pouch dan aman, gk lagi deh beli disini yaampun gkjelas banget sumpah kemasannya.
		Lenisetyawati	Udah jelas-jelas tulis keterangan ditulis body scrub tetapi dikasi shower scrub kalau tidak ada konfirmasi dulu harusnya, tidak seenaknya kirim gini aja. Baru kali ini kasi nilai jelek ke toko orang, kecewa.
		Ptrisetyo	Kurang safety, barang sampai kondisi belepotan. Handbodynya tumpah kemana-mana.
		Santiisusan22	Tutupnya patah jadi tidak bisa menutup sempurna akhirnya produk tumpah di dalam kemasannya.
		Adekartika210196	Begitu paket dibuka, kotak serumnya udah basah semua dan ternyata botol serumnya udah kosong semoga kedepannya lebih teliti.
		Lauranaibaho42	Admin bertele-tele memberikan solusi, waktunya juga lama banget buat respon. Kesan pertama yang saya dapatkan kurang baik.
		Ratnaluthfi	Saat barang sampai serumnya

		tumpah sedikit karena tutup botol yang tidak ditutup dengan rapat, padahal selama ini kalau beli aman – aman aja.
	Melshila	Kecewa packing tidak rapih dan ukuran produk kecil.
	Ummar.z	Baru kali ini beli di official shop karena banyak yang mesen dan karena gamau kecewa, ternyata kecewa juga. Padahal udah jelas ditulis di catatan apa yang diminta tapi lain yang dikirim. Udah coba konsultasi via chat tidak ada solusi terbaik. Sayang banget mau untung malahan bunting.
	Sr_store01011957	Mohon maaf produk yang baru saya terima tumpah isinya, packaging produk basah semua dan setelah dibuka ternyata isi tinggal ¼ saja. Saran untuk tutup botol di solasi biar tidak ada kemungkinan bocor. Saya review agar penjual bisa memperbaiki pelayanan.
	Adadehah	Packaging luar kurang aman, takut nya barang yang di dalam keluar tanpa diketahui. Sebaiknya dibungkus lagi rapat luarnya.

Pada tabel 1.2 yang menjelaskan tentang review produk scarlett terhadap konsumen di *e-commerce* Shopee di Scarlett *whitening* official shop. Bahwa konsumen sangat puas terhadap kualitasnya, karena konsumen cocok terhadap produknya. Bukan itu saja manfaat dan tekstur produk scarlett baik untuk memutihkan badan dan aroma yang bertahan lama sehingga tidak perlu menggunakan parfum kembali. Namun ada beberapa konsumen yang merasa tidak puas dikarenakan, saat penerimaan barang

ternyata produk Scarlett tidak berlogo sehingga membuat konsumen berfikir, apakah produk ini original atau tidak. Adapun konsumen yang melakukan pembelian berulang namun produk yang dia terima tidak original sehingga berturut-turut sehingga konsumen merasa kecewa. Adapun konsumen yang membeli ke-2 kalinya di toko *e-commerce* Shopee scarlett *whitening* merasa kecewa dikarenakan produk scarlett bertekstur lebih cair dari seperti pembelian pertama.

Bukan hanya menjelaskan kualitas produk pada tabel diatas juga menjelaskan tentang review kualitas pelayanan di *e-commerce* Shopee Scarlett *whitening* official shop. Bahwa pelayanan dari scarlett masih kurang baik terhadap konsumen yang merasakan tidak puas dan barang yang di order oleh konsumen tidak sesuai dengan orderan yang dipesan, dalam penanganan masalah yang dihadapkan oleh konsumen admin scarlett tidak merespon dengan cepat dan tidak memberikan solusi terhadap keluhan konsumen. Saat pengiriman barang pihak official store scarlett tidak mengemas barang dengan baik sehingga banyak konsumen protes dikarenakan produk yang sudah sampe pecah maupun tutup botol yang tidak rapat sehingga tumpah diperjalanan yang membuat berkurangnya isi dari produk tersebut.

Scarlett *whitening* official shop di Shopee memiliki 1,3 juta pengikut dengan rating penilaian pembelian 4,9 dari 5,0. Walaupun ada konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan admin dan kualitas produk

scarlett ternyata masih banyak yang melakukan pembelian berulang di scarlett *whitening* official shop di Shopee.

Banyaknya merek produk untuk kategori *skincare* perawatan tubuh tersebut menyebabkan pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan produk yang pada akhirnya bisa memungkinkan pelanggan untuk beralih ke merek lain, terlebih lagi jika merek tersebut membuat suatu perubahan yang menawarkan karakteristik produk yang lebih unggul. Di setiap perusahaan harus menyadari perlunya secara terus-menerus melakukan perbaikan kualitas, perubahan dan perkembangan bisnis ini (*core business*) dengan memanfaatkan manajemen kualitas sebagai daya dukung keunggulan bersaing.

Secara sederhana, kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain produk sesuai dengan standar ( target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur ). Pada dasarnya kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan suatu produk untuk menampilkan kemampuannya atau melaksanakan fungsi-fungsi yang dimilikinya. Konsumen akan merasa puas jika produk yang dibelinya mampu memberikan manfaat atau dapat melebihi apa yang diharapkannya. Bila konsumen merasa puas terhadap produk yang dikonsumsi, maka akan cenderung timbul suatu keinginan untuk melakukan pembelian secara teratur atau terus menerus.

Kepuasan pelanggan dapat memberikan berbagai manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian berulang dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Banyak perusahaan sukses sekarang ini karena berhasil memenuhi harapan konsumen. Konsumen yang merasa puas terhadap produk yang dibeli dan akan menggunakannya kembali pada produk yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.

Salah satu yang mendorong minat beli ulang adalah kepuasan pelanggan dengan harga yang murah dan kualitas produk yang baik. Menurut Kotler dan Keller (2016:234) berpendapat bahwa setelah konsumen membeli produk tersebut konsumen bisa puas atau tidak puas dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian. Pelanggan yang puas akan kembali membeli produk, memuji produk yang dibelinya dihadapan orang lain. Dengan adanya kepuasan pelanggan akan mempengaruhi minat beli ulang. Menurut Kitchathorn yang dikutip dalam Belopa (2015:662) pembelian ulang pelanggan adalah tujuan yang sangat penting bagi keberhasilan perusahaan, untuk menghasilkan pelanggan baru memerlukan biaya yang lebih besar dari pada biaya menjaga pelanggan yang sudah ada. Akibatnya, perusahaan tetap menjaga pelanggan yang sudah ada dengan menumbuhkan rasa kepuasan bagi setiap pelanggan yang akan mempengaruhi minat beli ulang.



Oleh karena itu, kualitas produk serta kualitas pelayanan sangat penting bagi minat beli ulang dalam menciptakan nilai pelanggan yang berdampak positif yang diharapkan produk Scarlett. Dari uraian diatas maka penulis, melakukan penelitian berdasarkan latar belakang diatas tersebut dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SCARLETT DI *E-COMMERCE* SHOPEE”**.

## **1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat didefinisikan masalah yang terjadi kepada produk Scarlett sebagai berikut :

1. Scarlett menduduki nomer satu dalam kategori perawatan tubuh mengalahkan produk Vaseline dan Lifebuoy dalam kategori perawatan tubuh namun Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan *e-commerce* Shopee Scarlett *Whitening* Official menurun.
2. Permasalahan dalam penelitian ini dapat didefinisikan yaitu adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmi Rosita (2016) yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan kenyamanan berbelanja terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction.” Yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara

variabel lokasi, kelengkapan produk, kualitas produk, pelayanan dan kenyamanan belanja terhadap minat beli ulang konsumen, kecuali variabel pelayanan berpengaruh negative terhadap minat beli ulang konsumen. Penelitian ini juga didasarkan pada adanya kesenjangan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nisha Kusumadewi, Trisha Gilang Saraswati, S.E., M.S.M (2020) yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada *official store* Scarlett di Shopee dan Tokopedia.” Yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang dan setiap sub variabel kualitas produk, harga, kualitas layanan, faktor emosi dan kemudahan masing-masing berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang dengan total berpengaruh sebesar 84,8% dan sisanya 15,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Dengan adanya keterbatasan waktu dan tenaga, penulis membatasi penelitian ini berdasarkan kriteria seperti wilayah penelitian, variabel penelitian, responden yang menjawab. Penulis memilih wilayah Bekasi Selatan sebagai wilayah penelitian, dikarenakan penulis lebih mudah menjangkau responden pembeli scarlett di *e-commerce* Shopee. Variabel penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang produk

scarlett di *e-commerce* Shopee. Sedangkan responden dipilih secara acak dan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih jika memenuhi kriteria wilayah, usia dan menggunakan produk scarlett dan berbelanja di *e-commerce* Shopee yang sedang diteliti.

### 1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah dirumuskan diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat beli ulang produk Scarlett di *e-commerce* Shopee?
2. Bagaimanakah pengaruh Kualitas Produk terhadap minat beli ulang produk Scarlett di *e-commerce* Shopee?
3. Bagaimanakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap minat beli ulang produk Scarlett di *e-commerce* Shopee?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh informasi atas jawaban yang dicari seperti yang dijabarkan dalam rumusan masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang produk scarlett di *e-commerce* Shopee.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk scarlett di *e-commerce* Shopee.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan scarlett di *e-commerce* Shopee.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran. Menjadi bahan kajian dan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam mengembangkan penelitian tentang hubungan antar variabel-variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, masukan dan bermanfaat bagi perusahaan. Mengingat pemasaran melalui *online*, strategi pemasaran secara online semakin berkembang.