

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dengan semakin majunya perkembangan zaman, dalam dunia kecantikan yang mengalami pertumbuhan secara pesat. Masalah kecantikan pada setiap wanita yaitu sebagai kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, setiap wanita ingin selalu tampil sempurna dengan melakukan bermacam - macam cara agar dapat berpenampilan menarik didepan orang lain. Terdapat berbagai macam perawatan wajah yaitu skincare yang munculnya bermacam - macam merek, dengan mempunyai kualitas yang berbeda - beda untuk dapat menarik minat beli konsumen. Penggunaan skincare pada wanita dapat menunjang dalam hal menjaga dan memperbaiki muka pada diri mereka, maka dengan menggunakan skincare ini dapat menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Tidak hanya sebagai alat penunjang penampilan manfaat lain dari skincare yang dapat dirasakan adalah mempunyai manfaat sebagai anti aging atau biasa disebut menghindarkan dari penuaan dini pada kulit, pelindung dari radikal bebas terutama sinar ultra violet yang dapat membahayakan kulit bahkan mempunyai risiko tinggi yang dapat menyebabkan kanker kulit.

Maka perempuan dan kecantikan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, sehingga produk - produk skincare ini menjadi suatu hal yang terpenting bagi perempuan, hal ini dapat dilihat dari adanya peningkatan pada dari produk skincare. Peningkatan penjualan produk skincare meningkat secara terus menerus dari tahun ke tahun.

Di Indonesia sendiri terdapat sekitar 760 perusahaan kosmetik baik dalam skala kecil, sedang maupun besar. Kosmetik menjadi bisnis yang besar dengan nilai pasar global mencapai US\$ 500 miliar atau setara Rp 6.600 triliun. Research & Markets menyampaikan proyeksi pasar kosmetik pada tahun 2020 yang akan bernilai US\$ 675 miliar. Terdapat data yang diperoleh dari compas yang menyebutkan bahwa produk scarlett menjadi Penguasa Brand Perawatan Tubuh pada awal bulan januari 2021, dapat terlihat jelas dibawah ini perbandingan dengan produk lain :



Sumber : Kompas.co.id (diakses pada tanggal 14 oktober 2021)

**Gambar 1.1**  
**Penguasa Brand Perawatan Tubuh**

Dapat dilihat pada gambar 1.1 diatas menyatakan, bahwa penjualan tertinggi pada kategori perawatan tubuh scarlett dengan total persenan sebesar 57% dari keseluruhan transaksi di pasar. Kategori perawatan tubuh meliputi produk – produk kecantikan diantaranya *body lotion*, *shower scrub*, *body scrub* dan lain 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 mempercayakan produk lokal untuk merawat diri. Di awal tahun 2021 Scarlett *whitening* berada diposisi tertinggi penjualan dengan marketplace yang totalan persenan sebesar 57%, lalu di posisi kedua yaitu Vaseline yang tertinggal cukup jauh yaitu 15% kemudian diposisi ketiga yaitu produk Lifebouy sebesar 8%. Dengan ini membuat kondisi industri di indonesia yang telah menunjukkan potensi dan pemain kosmetik lokal yang dapat memperbaiki kualitasnya dengan bertahap .

Scarlett merupakan produk kosmetik lokal fenomenal saat ini yang menawarkan berbagai produk *skincare* secara *online* yang menawarkan produk *skincare* seperti *body lotion*, *shower scrub*, *shampoo* dan *conditioner*, *facial wash*, *brightening moisturizer scarlett*. Salah satunya produk perawatan tubuh yang saat ini sedang terkenal dikalangan remaja yaitu Body lotion Scarlett dibuat dengan buliran scrub yang sangat halus yang dapat membantu mengangkat kotoran maupun se-sel kulit mati. Produk perawatan tubuh asal Indonesia yang dirilis oleh Felicya Angelista,

pada tahun 2017 hingga saat ini terkenal dengan rangkaian produk *whitening-nya*. Selain mengandung bahan aktif yang terbukti bisa membantu mengangkat sel kulit mati dan mencerahkan kulit. Adapun berbagai varian produk Scarlett dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**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>

S  
Sumber: Website produk scarlett

Pada 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. Dengan ini scarlett salah satu merek lokal yang baru didirikan sejak 2017 dapat mengalahkan para kompetitornya yang notabene merupakan merek internasional. Total penjualannya sendiri mencapai lebih dari Rp 7 miliar dalam waktu kurang dari 2 minggu. Dari data yang dikutip oleh Kompas.co.id menjelaskan bahwa Scarlett produk lokal terlaris di Indonesia.



Sumber : Kompas.co.id

**Gambar 1.2**

**Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce**

Dari gambar 1.2 dapat dilihat bahwa Scarlett yaitu salah satu produk yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, dikarenakan jaminan akan kehalalan produknya. Scarlett dikembangkan oleh PT. Motto Beringin Abadi yang merupakan perusahaan terkenal dan sudah yang sudah dijamin kehalalan dan kualitasnya.

Dengan dua hal tersebut, maka produk Scarlett dapat membuat konsumen percaya terhadap suatu merek yang menjadi peran penting dalam suatu perusahaan, yang dimana pada kepercayaan merek didefinisikan sebagai suatu persepsi mengenai kualitas produk yang hubungannya dengan nama perusahaan. Merek memegang peran penting bila tanda maupun atribut intrinsik yaitu wujud fisik ataupun komposisi pada sebuah produk menjadi sulit tidak mungkin untuk ditampilkan. Dalam kondisi seperti ini, kepercayaan mengenai merek produk maka perusahaan menjadi pedoman bagi pelanggan.

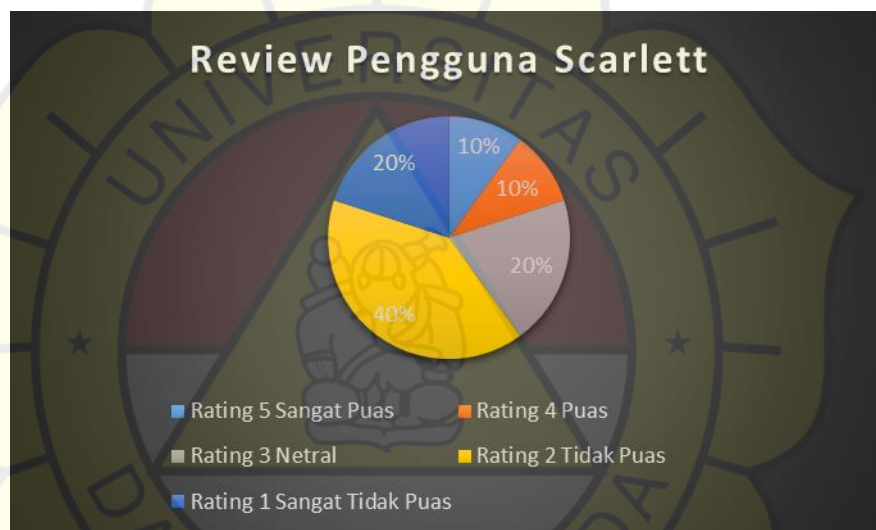
Maka dalam hal ini, dengan adanya merek dapat lebih mudah membuat konsumen membandingkan karakteristik dari produknya masing-masing. Sebuah faktor juga sangat berperan dalam kepuasan pelanggan yaitu kepercayaan merek dikarenakan dengan adanya kepercayaan merek ini seorang pelanggan akan terus mempertimbangkan dan membeli produk yang sudah menjadi andalannya. Kepercayaan merek yaitu sebuah faktor yang dimana para pelanggan nantinya akan sangat percaya terhadap sebuah brand ataupun merk yang dijual oleh sebuah perusahaan. Selain itu, konsumen mempercayai merek dan terdapat persepsi produk yang beranggapan bahwa produk kosmetik lokal scarlett ini mempunyai kualitas yang bagus sehingga digunakan oleh para model maupun selebriti. Maka dapat dibuktikan bahwa produk scarlett yang sering digunakan oleh para selebriti dalam acara-acara ditelevisi. Dalam hal ini yang membuat persepsi mengenai merek Scarlett yang semakin baik, karena dengan

seringnya produk yang digunakan dalam acara-acara selebritis ini dapat membuat para konsumen ingin menggunakan produk tersebut juga. Produk yang digunakan untuk memberikan dampak kecantikan pada tubuh yang terbuat dari beragam zat kimia disebut kosmetik sehingga membuat konsumen semakin percaya dengan merek tersebut. Konsumen sekarang sudah menjadi lebih pemilih karena banyaknya produk kosmetik yang bermunculan di pasar. Dengan hal ini, tujuan dari suatu produk yaitu untuk dapat menciptakan para pelanggan merasa puas. Maka dengan memberikan kepuasan pelanggan dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan mereka merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan.

Salah satu cara agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh pelanggan sebanyak - banyaknya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Pelanggan yang puas dan setia merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru melalui rekomendasi dari mulut ke mulut.

Oleh sebab itu, pada saat ini banyak perusahaan yang lebih mementingkan pencapaian kepuasan pelanggan. Perusahaan harus dapat menciptakan suatu strategi dengan memberikan pengalaman pada konsumen saat menikmati dan mengkonsumsi produk atau jasa yang diberikan. Kepuasan konsumen dapat dicapai jika perusahaan tidak membiarkan produk atau layanan terjadi dengan sendirinya. Dengan ini

perlu desain produk dan pelayanan secara terintegrasi sehingga menimbulkan pengalaman pelanggan yang di sebut sebagai *customer experience* (pengalaman pelanggan). Peneliti melakukan observasi kepada pelanggan produk Scarlett pengguna *Female Daily* melalui review pada situs *blog Female Daily*. Ada 100 pengguna yang memberikan ulasan maupun tanggapan dari rating 5 - 1 terhadap penggunaan produk Scarlett. Body Lotion.



Sumber: <https://review.femaledaily.com>

**Gambar 1.3**  
**Review Pengguna Scarlett**

Dari Gambar 1.2 di atas, menunjukkan bahwa dari 100 review yang dikumpulkan diketahui bahwa sebesar 40% pengguna produk scarlett yang tidak puas dengan produknya. Yang dimana dari ketidakpuasaan pengguna produk scarlett ini dapat berakibat pada enggan nya orang untuk melakukan pembelian ulang. Dari hal ini, yang nantinya akan berdampak kurang baik bagi kepercayaan merek Scarlett dikarenakan



perlahan-lahan akan hilangnya kepercayaan konsumen untuk membeli produk tersebut. Melalui *Female Daily*, pengalaman konsumen dalam menggunakan produk Scarlett dapat diketahui. *Female Daily* merupakan sebuah blog yang berisi informasi terkini dan terlengkap seputar dunia kecantikan mulai dari *skin care*, *makeup*, *review* produk dan brand kecantikan lokal maupun global.

Dalam hal ini, produk kecantikan merek lokal termaksud scarlett yang sedang dipercayai oleh masyarakat Indonesia. Maka terdapat salah satu faktor dari pengalaman pelanggan sendiri yaitu kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan agar pelanggan dapat melakukan pembelian ulang. Menurut Hery (2019:80) dalam Rizki (2021), “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dirasakan (diperoleh) terhadap kinerja yang diharapkan.” Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Pada saat ini, sangat mudah untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam menggunakan produk kecantikan. Assel dalam Nurul Imani (2020) mengatakan bahwa ketika konsumen mempunyai kecenderungan untuk membeli suatu produk hal itu merupakan sesuatu keinginan yang timbul dari konsumen untuk membeli.

Oleh karenanya bagi perusahaan, konsumen merupakan aset penting yang harus diperhatikan demi keberlangsungan bisnisnya. Mengingat konsumen bisa berpengaruh pada keberhasilan perusahaan dan berpotensi menumbuhkan penjualan di masa depan, setiap perusahaan pasti membutuhkan dan mengharapkan kehadiran konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang pengalaman pelanggan dan brand trust terhadap keputusan produk produk Scarlett untuk menganalisis tentang keputusan pelanggan pada pelanggan produk Scarlett yang telah membeli produk, dengan permasalahan ini sebagai skpsi, yaitu dengan judul **“PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK SCARLETT BODY LOTION”**

## **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 :

- a. Scarlett menduduki nomer satu dalam kategori penguasaan brand perawatan tubuh yang mengalahkan produk vaseline dan lifebouy dalam kategori penguasaan brand perawatan tubuh pada awal januari 2021.

- b. Scarlett menduduki peringkat ke-2 di e-commerce shopee dan toko pedia pada tahun 2021.
- c. Berdasarkan dari review pengalaman pelanggan bahwa mereka yang menggunakan produk Scarlett karena direkomendasi oleh orang sekitar memiliki penilaian yang kurang puas.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan dengan adanya keterbatasan waktu dan tenaga, maka penulis membatasi penelitian ini berdasarkan kriteria seperti wilayah penelitian, variabel penelitian, responden yang menjawab. Penulis memilih bagi pengguna *blog female daily*, dikarenakan penulis lebih mudah menjangkau responden pembelian produk scarlett. Variabel penelitian ini yaitu pengaruh pengalaman pelanggan dan kepercayaan merek produk terhadap kepuasan pelanggan produk scarlett body lotion. Sedangkan, responden dipilih secara acak dan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih jika memenuhi kriteria wilayah, usia dan menggunakan produk scarlett yang sedang diteliti.

### **1.2.3 Perumusan Masalah**

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

- a. Bagaimana gambaran pengalaman pelanggan dan kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan produk *Scarlett Body Lotion* ?

b. Bagaimana gambaran pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan produk *Scarlett Body Lotion* ?

c. Bagaimana gambaran kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan produk *Scarlett Body Lotion* ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian maka tujuan dari penelitian yang ingin diketahui adalah :

1. Untuk dapat mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan dan kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan *produk Scarlett Body Lotion*.
2. Untuk dapat mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan produk *Scarlett Body Lotion*.
3. Untuk dapat mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan produk *Scarlett Body Lotion*.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan produk dari permasalahan diatas, maka kegunaan penelitian yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu :

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang – kurangnya dapat berguna bagi dunia pendidikan mengenai pengaruh pengalaman pelanggan dan kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat

berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sambungan pemikiran bagi pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

## 2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan solusi terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan pengaruh pengalaman pelanggan dan kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan bagi perusahaan dan sebagai bahan masukan bagi pengambilan keputusan guna menentukan kebijaksanaan perusahaan.

