

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era perdagangan bebas dan globalisasi saat ini persaingan semakin ketat, terbukanya perdagangan bebas menjadikan setiap perusahaan bersaing secara global melalui produk dan jasa yang mereka tawarkan. Oleh karena itu, perusahaan menerapkan berbagai strategi marketing untuk dapat meningkatkan penjualan, memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumennya. Setiap pemasar berusaha untuk menarik perhatian calon konsumen dengan berbagai cara, salah satunya dengan memberikan informasi tentang produk yang dijualnya. Bentuk pemberian informasi tentang produk tersebut dapat dilakukan melalui berbagai program komunikasi pemasaran di antaranya adalah *advertising*, *salespromotions*, *personal selling*, *public relations*, dan *direct marketing* (Kotler, 2012:38).

Pada era yang semakin maju dan persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, setiap perusahaan dituntut untuk dapat menjaga stabilitas dan terus berkembang ke arah yang lebih baik lagi. Setiap perusahaan berjuang sekeras mungkin menjalankan roda bisnisnya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Bahkan perusahaan saling berlomba untuk mendapatkan image yang positif dan kesetiaan konsumen terhadap produknya. Sama halnya dengan perusahaan-perusahaan kosmetik di Indonesia, munculnya pesaing-pesaing baru membuat persaingan bisnis kosmetik semakin ketat. Perusahaan tidak hanya bersaing dalam menarik

pelanggan baru, tetapi juga perlu mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Menurut situs [scarlettWhitening.com](https://www.scarlettWhitening.com), *Scarlett Whitening* merupakan perusahaan produk lokal perawatan kecantikan milik artis bernama Felicya Angelista yang baru saja berdiri pada tahun 2017. *Scarlett Whitening* diproduksi oleh PT. Motto Beringin Abadi, Bogor, Indonesia. Semua *Scarlett Whitening* telah teruji oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOMRI). *Scarlett Whitening* menawarkan berbagai macam produk yang terbagi menjadi tiga kategori yaitu produk perawatan tubuh, perawatan wajah dan rambut. *Scarlett Whitening* memiliki fokus terhadap rangkaian produk perawatan untuk mencerahkan dan memutihkan kulit tubuh juga wajah karena mengandung Glutathione dan Vitamin E yang sangat bagus untuk membuat kulit lebih cerah dan sehat. Produk unggulannya yaitu rangkaian perawatan tubuh yang dapat memberikan hasil putih seketika (*instant Whitening*) yang hasilnya terlihat dalam pemakaian pertama. (<https://www.scarlettWhitening.com>) diakses pada 28 Agustus 2019, 20.00 WIB). Menurut Felicya Angelista selaku pemilik *Scarlett Whitening*, awal mula berdirinya *Scarlett Whitening* karena banyaknya pertanyaan mengenai produk apa yang dia gunakan untuk merawat kulitnya. Melalui *Scarlett Whitening*, Felicya ingin memberikan solusi bagi mereka yang ingin merawat kulitnya dan memberikan hasil kulit yang cerah dan sehat.

Salah satu masalah yang ada didalam, dunia bisnis yang harus diperhatikan adalah yang berkaitan dengan kualitas produk. Perusahaan Barang harus memperhatikan pelayanan, kualitas barang yang terbaik agar konsumen merasa aman selama menggunakan produk tersebut. Perusahaan barang atau produk harus berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik, selain memberikan kualitas barang perusahaan harus membuat strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan melakukan strategi promosi yang tepat dan meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor yang ada dan mampu meningkatkan penjualan. Penjualan yang semakin meningkat maka perusahaan dapat meraih keuntungan, konsumen dan banyaknya konsumen melakukan pembelian ulang.

Ketika suatu perusahaan dapat mengetahui kebutuhan konsumen, perilaku konsumen dan memberikan pelayanan yang diinginkan oleh konsumen maka perusahaan harus mempertimbangkan pelayanan apa saja yang harus ditawarkan kepada konsumen, begituan juga dengan melakukan aktivitas promosi yang efektif dan penjualan yang aktif maka dari perusahaan tidak akan merasa kesulitan dalam bersaing. Strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menggunakan bauran pemasaran jasa (Product, Price, Place, Promotion).

Citra merek mampu mempengaruhi perilaku konsumen, konsumen yang merespon positif dalam sebuah merek, maka itu juga yang membuat citra merek produk tersebut baik dan konsumen lebih memilih merek

tersebut dalam pembeliannya. Citra merek Scarlett sudah mulai tertanam dalam pemikiran masyarakat. Perusahaan Scarlett akan tetap menjaga citra merek tersebut.

Dalam sebuah artikel Idntimes.com (2020) Persaingan yang ketat dalam industri kosmetik ini membuat konsumen memiliki banyak pilihan produk kosmetik seperti *body lotion* dari berbagai macam merek yaitu Scarlett, EMK Beverly Hills, Dreamy, SA Nature, Daita *Cosmetic*, ZAM *Cosmetic* dan lain sebagainya. Hal ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan kosmetik lokal untuk selalu berinovasi dalam mengembangkan produk untuk dapat memenangkan persaingan kosmetik di Indonesia. Berikut ini adalah 6 merek *Skincare* untuk memutihkan kulit terpopuler di Indonesia menurut Idntimes.com yang dapat dilihat pada Tabel 1.1:

**Tabel 1.1**

**6 Merek Skin Care Milik Artis Untuk Memutihkan Kulit Wajah dan Tubuh Menurut Idmtimes.com**

<b>No</b>	<b>Nama Produk</b>	<b>Pemilik</b>
1.	Scarlett <i>Whitening</i>	Felicya Angelista
2.	EMK Beverly Hills	Maia Estianty
3.	Dreamy	Nikita Willy
4.	SA <i>Nature</i>	Shandy Aulia
5.	Daita <i>Cosmetic</i>	Nafa Urbach
6.	ZAM <i>Cosmetic</i>	Zaskia Adya Mecca

Sumber: *life,women* - Idntimes.com

Dalam sebuah artikel pikiranrakyat.com (2021) terdapat 5 rekomendasi *body lotion* untuk memutihkan kulit dengan cepat, dengan urutan sebagai berikut:

**Tabel 1.2**

**5 Rekomendasi *Body Lotion* untuk Memutihkan Kulit dengan Cepat menurut pikiranrakyat.com**

<b>Urutan</b>	<b>Nama <i>Body Lotion</i></b>
1.	Scarlett <i>Body Lotion</i>
2.	Leivy <i>Body Lotion Goat's Milk</i>
3.	Satto <i>Goat Triple Moisturizer Whitening Hand and Body Lotion</i>
4.	Nivea <i>Extra White Repair &amp; Protect Lotion</i>
5.	Vaseline <i>Lotion Healthy White UV Lightening</i>

Sumber: home-fasion&beauty-PikiranRakyat.com

Dari Tabel 1.1 dan 1.2 dapat dilihat bahwa Scarlett *Whitening* milik Felicya Angelista menjadi urutan pertama pada artikel yang dikutip oleh dua media informasi yaitu idntimes.com dan pikiranrakyat.com maka dapat disimpulkan bahwa Scarlett memiliki citra produk yang baik dibenak konsumen.

Diferensiasi produk *Body Lotion Scarlett Whitening* memiliki 5 varian rasa yang membuat Scarlett lebih unggul dari produk *cosmetic* lainnya, membuat Scarlett menjadi merek mengesankan di benak konsumen karena berbeda dengan *body lotion cosmetic* lainnya, berikut adalah gambar *body lotion* Scarlett:



Sumber: Facebook\_ScarlettWhitening

### Gambar 1.1

#### Varian Rasa *Body Lotion* Scarlett

Dapat dilihat pada Gambar 1.1 bahwa *body lotion* memiliki 5 varian yaitu *Freshy*, *Charming*, *Fantasia*, *Jolly* dan *Romansa*. Hal ini memiliki nilai tersendiri pada konsumen bahwa *body lotion* scarlett mempunyai keberagaman varian yang tidak dimiliki oleh para pesaingnya, produk yang bervariasi dapat memberikan pilihan kepada konsumen untuk memilih *body lotion* sesuai keinginannya.

Menurut sebuah artikel mybest.com (2021) yang dipakari oleh *Life Style Influencer* bernama Tabita Budiman, ia adalah seorang *lifestyle influencer* yang tinggal di Bali. Tabitha aktif berbagi inspirasi mengenai *fashion*, kecantikan, serta *lifestyle* melalui *blog* dan *Instagram*. Saat ini *follower* Instagram-nya telah mencapai 84.000 orang. Berkat prestasinya ini, Tabitha telah dipercaya oleh berbagai merek untuk bekerja sama

mempromosikan produk mereka. Berikut 10 rekomendasi *whitening body lotion* terbaik menurut beliau:

**Table 1.3**  
**10 Rekomendasi *Whitening Body Lotion* Terbaik**

Urutan	Merek <i>Body Lotion</i>
1.	NIVEA <i>Extra White Repair &amp; Protect Lotion</i>
2.	Garnier <i>Light Complete White Body Serum Milk UV Lotion</i>
3.	Sariayu Putih Langsung <i>Body Lotion</i>
4.	Kojie San, <i>Body Lightening Lotion with SPF 25</i>
5.	<i>Vaseline Healthy Bright UV Extra Brightening</i>
6.	Citra Natural <i>Glowing White UV</i>
7.	<i>Radiant &amp; Renewing Lightening Hand &amp; Body Lotion</i>
8.	Alpha Arbutin 3+ <i>Collagen Body Cream</i>
9.	Scarlett <i>Whitening Body Lotion</i>
10.	<i>Goat Milk Whitening Hand and Body Lotion</i>

Sumber: <https://my-best.id/19619> (2021)

Dapat dilihat pada Tabel diatas bahwa body lotion merek Scarlett *Whitening* berada pada urutan ke 9, hal ini menjadi janggal karena citra produk yang dimiliki Scarlett memiliki kesan yang baik dimata konsumen, serta banyaknya varian yang menjadi nilai positif agar konsumennya memiliki keinginan untuk membeli *body lotion* tersebut.

Dalam mendapatkan loyalitas pelanggan maka hal-hal yang dipikirkan oleh Scarlett adalah citra merek. Citra produk yang baik memiliki peran yang penting dalam loyalitas pelanggan, semakin



baik citra suatu produk maka akan semakin baik pula loyalitas pelanggan, kita

dapat mengetahui bahwa sebuah diferensiasi adalah suatu hal yang sangat diperlukan sebagai salah satu pendukung strategi pemasaran yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Research GAP dalam penelitian ini penulis mengobservasi masalah dalam kejadian tersebut meskipun *brand image* yang dimiliki scarlet sangat baik dan diferensiasi produk yang bervariasi namun loyalitas pelanggan tetap mengalami penurunan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, penelitian sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan objek Serum Scarlett *Whitening* yang berjudul “*BRAND IMAGE DAN DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*” objek pada pembelian *Body Lotion* produk Scarlett *Whitening* di Kelurahan Kayu Putih Jakarta Timur.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Brand Image* dan Diferensiasi Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan?
2. Apakah *Brand Image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Body Lotion* Scarlett *Whitening*?
3. Apakah Diferensiasi Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Body Lotion* Scarlett *Whitening*?



### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *Brand Image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *Body Lotion Scarlett Whitening*.
2. Untuk mengetahui apakah diferensiasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *Body Lotion Scarlett Whitening*.
3. Untuk mengetahui apakah *Brand Image* dan Diferensiasi Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Scarlett Whitening*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dalam suatu penelitian yang di lakukan oleh seseorang di harapkan mendapatkan suatu manfaat. Begitu pula juga dengan penelitian ini yang diharapkan akan mendapatkan manfaatnya antara lain :

1. Bagi perusahaan atau penyediaan produk kecantikan dapat mengetahui apa yang dibutuhkan pelanggan.
2. Bagi konsumen agar dapat terpenuhi kebutuhannya dalam menggunakan *Body Lotion Scarlett Whitening*.
3. Bagi penulis dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang bauran pemasaran terhadap produk *Scarlett Whitening*.
4. Bagi akademik dapat digunakan sebagai sarana untuk mengembangkan wawasan keilmuan mengenai bauran pemasaran dan peningkatan penjualan produk kecantikan.