

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini dunia bisnis semakin hari semakin berkembang. Hal ini membuat perusahaan tidak akan terlepas dari persaingan yang ada sehingga perusahaan dituntut untuk memberikan sistem pemasaran yang baik pada perusahaan yang bergerak dalam bidang industri ataupun jasa. Hal ini membuat perdagangan menjadi semakin bebas sehingga memberi kesempatan bagi munculnya para produsen dari berbagai sektor untuk meningkatkan dan mengembangkan produk guna memenangkan persaingan serta merebut minat konsumen. Salah satu sektor yang berkembang pesat adalah sektor industri kosmetik untuk perawatan kulit.

Dari tahun ke tahun terus tumbuh kemajuan di dunia usaha, yakni semakin banyak perusahaan yang bisa menciptakan produk dengan kualitas yang bagus, variasi dan merek yang sudah cukup terkenal di masyarakat. Di era sekarang ini banyak pembisnis dengan produk yang serupa. Produk yang mampu memberikan kepuasan yang tertinggi pasti akan mendapatkan tempat di hati konsumen.

Setiap perusahaan menawarkan berbagai macam produk, seperti perawatan tubuh mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki. Produk di tawarkan bervariasi mulai dari sabun mandi, shampo, kondisioner dan bodylotion. Bodylotion ini produk yang cukup banyak ditawarkan dengan bermacam-macam merek kosmetik dan kecantikan kepada konsumen seperti konsumen wanita. Laman website

Compas (2022) menyatakan terdapat 5 *Top Brand Bodylotion* di tahun 2022.

Berikut ini data 5 *Top Brand Bodylotion* terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 5 Top Brand Bodylotion Tahun 2022

No	Nama
1	<i>Scarlett</i>
2	<i>Vaseline</i>
3	<i>Nivea</i>
4	<i>Precious Skin AHA</i>
5	<i>Dosting</i>

Sumber: Compas.id Tahun 2023

Berdasarkan data tabel 1.1, Scarlett menjadi top brand *bodylotion* pertama di tahun 2022, selanjutnya Vaseline, Nivea, Precious Skin AHA dan Dosting. Dari data tersebut menunjukkan bahwa *bodylotion* Scarlett merupakan merek terbaik.

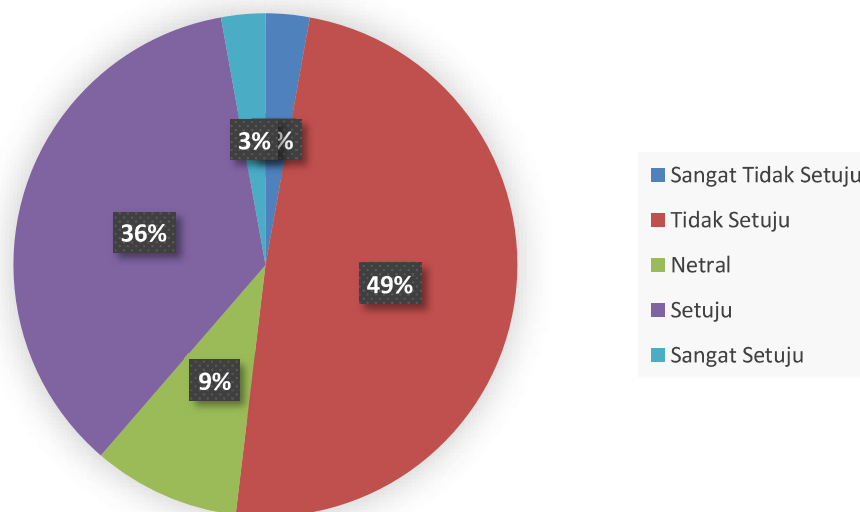
Scarlett didirikan tahun 2017, oleh artis Felycia Angelista. Scarlett juga sudah memiliki sertifikat BPOM dan Label Halal, produk Scarlett sudah teruji secara klitis sehingga tidak akan membahayakan kulit penggunanya. Merek kecantikan Scarlett memiliki berbagai macam produk kecantikan seperti facial wash, body scrub, body lotion, acne serum, brightly essence toner, yordanian sea salt fragrance conditioner, yordanian sea salt fragrance shampoo yang lebih khususnya *bodylotion*.

Kualitas produk adalah sesuatu yang harus di perhatikan oleh perusahaan karena kualitas produk sangat terkait dengan kebahagiaan pelanggan (Batubara *et al.*, 2022). Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, semakin baik kualitas dari suatu produk maka akan semakin puas seorang konsumen dalam menggunakan produk tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti juga melakukan dengan *mini survey* mengenai kualitas produk. *Mini survey* ini dilakukan pada tanggal 27 Maret 2023 hingga 29

Maret 2023 terhadap 35 responden yang menggunakan produk *bodylotion* Scarlett. Peneliti membuat 3 pernyataan yaitu:

1. Kualitas produk *bodylotion* Scarlett memiliki kesesuaian dengan yang ditawarkan di iklan.
2. Saya merasa produk *bodylotion* Scarlett menawarkan beragam pilihan produk.
3. Menurut saya produk *bodylotion* Scarlett memiliki kandungan bahan yang khas dibandingkan para pesaingnya.



Gambar 1.1 Grafik Data *Mini Survey* Kualitas Produk *Bodylotion* Scarlett 2023
Sumber: Peneliti Tahun 2023

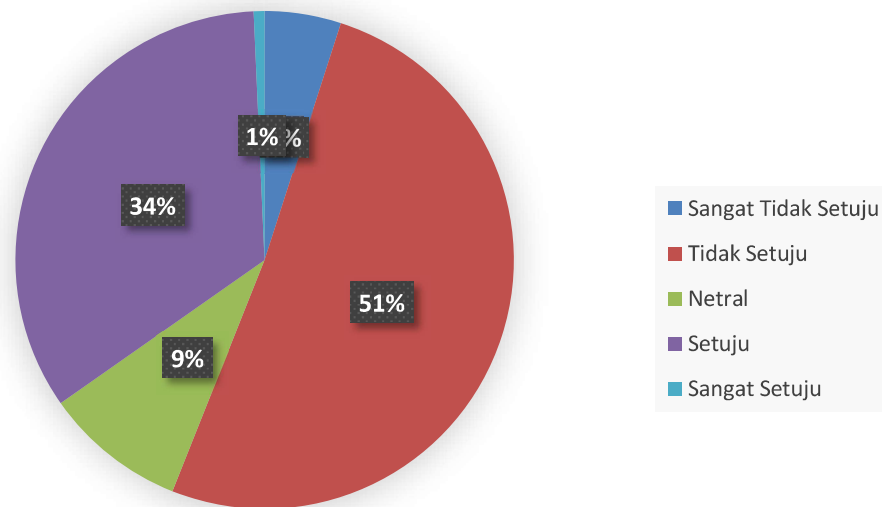
Berdasarkan grafik di atas didapati 38 (36%) orang memberikan tanggapan Setuju, 52 (49%) orang memberikan tanggapan Tidak Setuju, 3 (3%) orang memberikan tanggapan Sangat Tidak Setuju, 3 (3%) orang memberikan tanggapan Sangat Setuju. Dari *mini survey* tersebut bisa dikatakan bahwa kualitas produk yang dimiliki Scarlett masih sangat kurang. Produk *bodylotion* Scarlett memiliki tekstur kental sehingga untuk meratai ke kulit susah, tidak meresap di kulit, di kulit

tidak tahan lama, untuk mencerahkan kulit hanya sebentar, ketika di aplikasikan ke kulit ada efek *whitecast*.

Konsumen tertarik pada keragaman produk selain kualitas barang, terutama karena menawarkan alternatif yang lebih menarik. Pilihan alternatif yang lebih beragam bagi pelanggan dapat meningkatkan kepuasan mereka (Finthariasari *et al.*, 2020). Produk Scarlett memiliki body lotion dan memiliki 5 varian, seperti varian romansa, varian fresh, varian fantasia, varian charming, varian lotion jolly. Masing-masing varian memiliki manfaat dan wangi yang berbeda.

Dalam penelitian ini peneliti juga melakukan dengan *mini survey* mengenai kualitas produk. *Mini survey* ini dilakukan pada tanggal 27 Maret 2023 hingga 29 Maret 2023 terhadap 35 responden yang menggunakan produk *bodylotion* Scarlett. Peneliti membuat 4 pernyataan yaitu:

1. Salah satu daya Tarik yang dimiliki *bodylotion* Scarlett adalah ukurannya.
2. Harga produk *bodylotion* Scarlett terjangkau untuk semua kalangan.
3. Menurut saya model kemasan atau tampilan yang diberikan *bodylotion* Scarlett sangat menarik.
4. Saya memilih kualitas pada ketersediaan produk sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 1.2 Grafik Data *Mini Survey* Variasi Produk *Bodylotion* Scarlett 2023
Sumber: Peneliti Tahun 2023

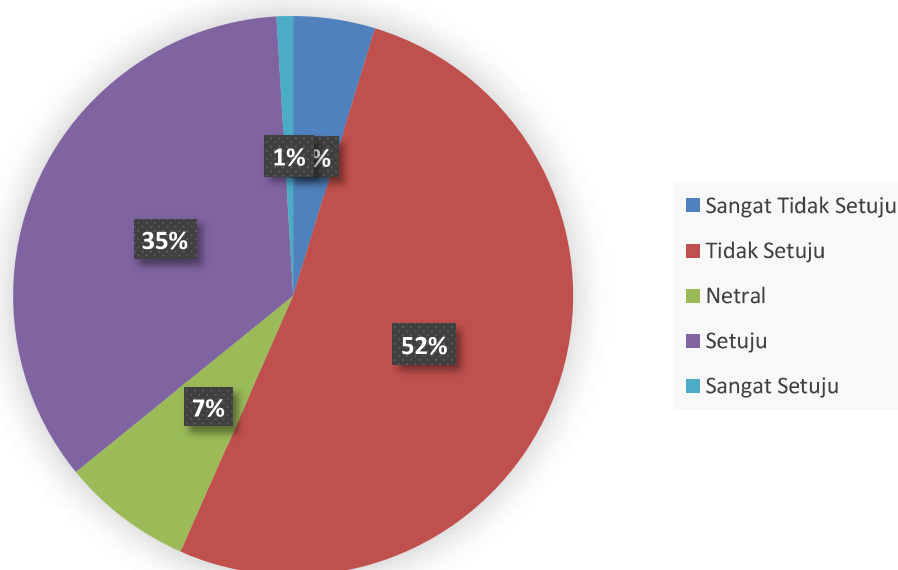
Berdasarkan grafik di atas didapati 48 (34%) orang memberi tanggapan Setuju, 72 (51%) orang memberi tanggapan Tidak Setuju, 13 (9%) orang memberi tanggapan Netral, 7 (5%) orang memberi tanggapan Sangat Tidak Setuju, 1 (1%) orang memberi tanggapan Sangat Setuju. Dari *mini survey* tersebut bisa dikatakan bahwa variasi produk yang dimiliki Scarlett masih sangat kurang. Produk *bodylotion* Scarlett memiliki variasi produk yang beragam tergantung dari keinginan konsumen, model kemasan atau tampilan dari produk *bodylotion* Scarlett kurang menarik, hanya memiliki satu ukuran dan harga kurang terjangkau untuk semua kalangan.

Faktor penting lainnya yang menjadi pertimbangan konsumen adalah citra merek. Citra merek adalah seperangkat ingatan yang ada dibenak konsumen mengenai sebuah merek, baik itu positif maupun negatif, diingatan terhadap sebuah merek dapat berupa atribut produk dan manfaat yang di rasakan (Wardani & Maskur, 2022). Citra merek sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Semakin baik persepsi dibenak konsumen terhadap citra merek dari perusahaan maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi.

Dalam penelitian ini peneliti juga melakukan dengan *mini survey* mengenai kualitas produk. *Mini survey* ini dilakukan pada tanggal 27 Maret 2023 hingga 29 Maret 2023 terhadap 35 responden yang menggunakan produk *bodylotion* Scarlett. Peneliti membuat 3 pernyataan yaitu:

1. *Bodylotion* merek Scarlett sudah dikenal kalangan masyarakat.
2. *Bodylotion* merek Scarlett memiliki kualitas yang baik.
3. Saya merasa *bodylotion* merek Scarlett mampu mencerahkan kulit.



Gambat 1.3 Grafik Data *Mini Survey* Citra Merek *Bodylotion* Scarlett 2023
Sumber: Peneliti Tahun 2023

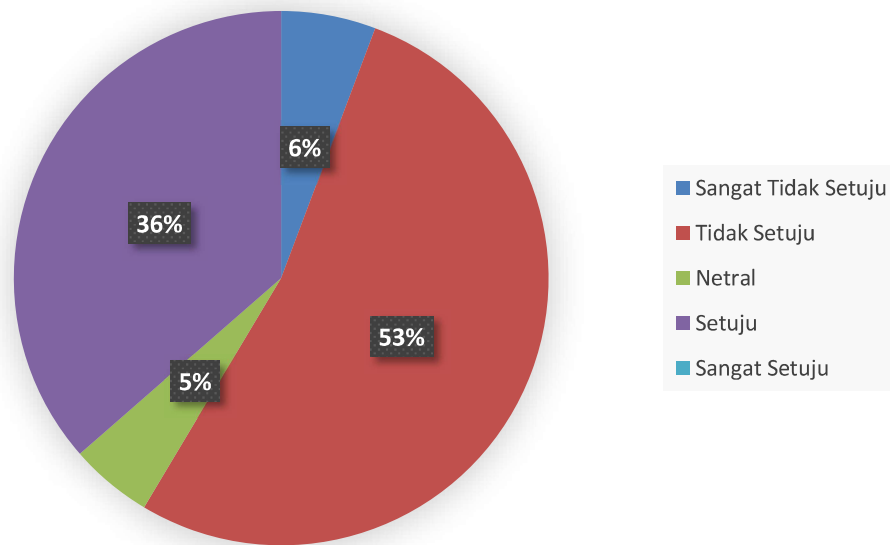
Berdasarkan grafik di atas didapati 37 (35%) orang memberi tanggapan Setuju, 55 (52%) orang memberi tanggapan Tidak Setuju, 8 (8%) orang memberi tanggapan Netral, 5 (5%) orang memberi tanggapan Sangat Tidak Setuju, 1 (1%) orang memberi tanggapan Sangat Setuju. Dari *mini survey* tersebut bisa dikatakan

bahwa citra merek yang dimiliki Scarlett sangat kurang. Produk *bodylotion* merek Scarlett sebagian masyarakat belum mengenalnya dan adanya produk palsu yang beredar sehingga berdampak buruk terhadap keputusan pembelian.

Setelah kualitas produk yang baik, variasi produk yang banyak dan citra merek dibangun dengan baik yang terjalin antara penjual dan konsumen maka timbulah keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah proses evaluasi yang dilakukan oleh calon konsumen untuk mengkombinasikan pengetahuan yang dimiliki terhadap pilihan dua atau lebih alternatif produk yang ada memilih satu diantaranya. Seorang konsumen sebelum melakukan pembelian telah melakukan pencarian informasi dan pengetahuan yang dimilikinya (Yusuf *et al.*, 2020).

Dalam penelitian ini peneliti juga melakukan dengan *mini survey* mengenai kualitas produk. *Mini survey* ini dilakukan pada tanggal 27 Maret 2023 hingga 29 Maret 2023 terhadap 35 responden yang menggunakan produk *bodylotion* Scarlett. Peneliti membuat 4 pernyataan yaitu:

1. Saya menggunakan *bodylotion* Scarlett karena sesuai dengan harga dan kualitas yang saya harapkan.
2. Setelah melihat konsumen lain banyak menggunakan *bodylotion* Scarlett saya tertarik untuk menggunakannya.
3. Saya merekomendasikan produk *bodylotion* Scarlett kepada teman karna perubahan yang saya dapatkan dari pemakaian produk tersebut,
4. Saya melakukan pembelian ulang karna cocok di kulit saya dan harganya terjangkau dengan ukuran yang cukup besar.



Gambar 1.4 Grafik Data Mini Survey Keputusan Pembelian *Bodylotion* Scarlett
Sumber: Peneliti Tahun 2023

Berdasarkan grafik di atas didapati 51 (36%) orang memberi tanggapan Setuju, 74 (53%) orang memberi tanggapan Tidak setuju, 7 (5%) orang memberi tanggapan Netral, 8 (6%) orang memberi tanggapan Sangat Tidak Setuju. Dari *mini survey* tersebut bisa dikatakan bahwa keputusan pembelian yang dimiliki Scarlett tidak sesuai harga dengan kualitas yang diharapkan, setelah melakukan pembelian produk *bodylotion* Scarlett adanya cocok atau tidak cocok terhadap pemakaian sehingga adanya yang rekemendasikan produk tersebut dan ada yang tidak.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya memperlihatkan banyak sekali penelitian yang berhubungan dengan variabel kualitas produk, variasi produk dan citra merek hal tersebut mendorong penulis untuk menguji kembali secara luas dan memperhatikan kembali apakah variabel tersebut masih layak untuk dikaji ulang. Seperti penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yusuf *et al* (2020) Kualitas Produk Scarlett merupakan produk kosmetik yang

baru dan belum lama dipasarkan. Hal ini menarik bagi peneliti produk Scarlett merupakan produk baru namun telah viral diberbagai media sosial khususnya Instagram. Produk *bodylotion* Scarlett ini diproduksi oleh dan dipasarkan oleh seorang artis bernama Feliciya Angelista. Berdasarkan pengalaman peneliti di beberapa toko kosmetik di Kota Kendari. Terutama pada Toko Beauty menunjukkan bahwa produk *Bodylotion* Scarlett merupakan salah satu produk yang lagi populer di Kendari.

Sedangkan Variasi produk menurut Kusumawati *et al* (2020) variasi produk menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Produk yang bervariasi akan lebih mempermudah konsumen dalam menemukan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen mempunyai kebebasan untuk memilih produk sesuai dengan kebutuhan, daya beli dan selera konsumen. Penelitian ini variasi produk secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan citra merek menurut (Wardani & Maskur, 2022) citra merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk, artinya citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya inkonsistensi temuan penelitian maka perlu dilakukan peneliti lebih lanjut. Sejalan dengan latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti termotivasi untuk membuat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Di Kota Batam ”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Adanya beberapa keluhan dari konsumen terhadap kualitas produk *bodylotion* Scarlett.
2. Kurang tertariknya konsumen terhadap produk *bodylotion* Scarlett yang hanya memiliki satu ukuran, harga kurang terjangkau untuk beberapa kalangan dan model kemasan yang kurang menarik.
3. Sebagian masyarakat ada yang belum mengenal produk *bodylotion* Scarlett dan adanya produk palsu yang mengakibatkan kurangnya minat beli konsumen.
4. Adanya ketidakpuasan konsumen dalam membuat keputusan pembelian produk *bodylotion* Scarlett.

1.3 Batasan Masalah

Disusunlah batasan permasalahan didalam penelitiannya ini berikut:

1. Responden penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan produk *bodylotion* Scarlett di Sei Langkai.
2. Variabel penelitian ini yaitu kualitas produk, variasi produk, citra merek dan keputusan pembelian.
3. Periode penelitian ini diambil dari tahun 2022-2023.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Batam?
2. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Batam?

3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Batam?
4. Apakah kualitas produk, variasi produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuannya dari penelitiannya ini, yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, variasi produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Ada 2 manfaat teoritis penelitiannya ini, yaitu:

1. Meningkatkan, mengembangkan pengetahuan, metodologi, keterampilan berpikir ilmiah dan sistematis serta pengalaman penulis dalam menyusun wacana.
2. Sebagai referensi perpustakaan akademik untuk menganalisis pada tahun selanjutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

Ada manfaat praktis yang dapat penulis simpulkan, yakni:

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk, variasi produk dan citra merek.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Dapat membantu mahasiswa Universitas Putera Batam untuk melakukan studi serupa dan memberikan sumbangan kepustakaan di kemudian hari.

3. Bagi Peneliti

Penelitiannya ini diharapkan dapat digunakan sebagai cara didalam mengamalkan pengetahuan pada saat kuliah dengan melakukan penelitian untuk menyelesaikan pendidikan sarjana.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitiannya bisa membantu ataupun memudahkan pencarian informasi yang diperlukan bagi peneliti selanjutnya yang menghadapi masalah yang sama.