

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di Indonesia, perkembangan produk kosmetik akhir-akhir ini sangat pesat. Hal ini ditunjukkan dengan maraknya berbagai merek produk kosmetik, baik lokal maupun internasional. Karena banyaknya merek yang tersedia, pelanggan dapat memutuskan untuk bertukar di antara mereka. Setiap bisnis berusaha untuk mengembangkan strategi pemasaran yang akan menarik pelanggan untuk membeli barang yang dipasok. Bisnis bersaing untuk memilih strategi terbaik untuk operasi mereka untuk mempertahankan pangsa pasar, tumbuh, dan menghindari tertinggal dari bisnis lain. Korporasi memiliki sejumlah tindakan yang dapat dilakukannya untuk mempertahankan posisi pangsa pasarnya. Taktik pertama yang mungkin digunakan adalah promosi. Promosi adalah aliran informasi atau persuasi satu arah yang dimaksudkan untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi untuk melakukan tindakan tertentu yang menghasilkan transaksi komersial.

Menurut (Dea Putri Njoto & Krismi Budi Sienatra, 2019), promosi pada dasarnya adalah komunikasi komersial yang mencoba untuk meningkatkan permintaan. Dengan kata lain, promosi adalah proses dimana bisnis menggunakan berbagai media untuk menawarkan barang mereka kepada khalayak atau pelanggan. Biasanya, bisnis menggunakan media sosial, radio, dan televisi untuk beriklan. Untuk memberi tahu pelanggan bahwa produk yang tepat tersedia pada waktu dan tempat yang tepat dengan harga yang tepat, promosi merupakan komponen penting dari bauran pemasaran. Bagi pelanggan, mempertahankan citra

merek perusahaan sama pentingnya. Karena pelanggan lebih cenderung memanfaatkan produk jika mereka memiliki kepercayaan terhadap reputasi perusahaan. Konsumen memperhitungkan identitas merek saat menggunakan suatu produk. Bagi pelaku bisnis, merek merupakan pilar pendukung yang memberi nilai tambah guna membangkitkan minat konsumen untuk membeli barang.

Menurut (Yoeliastuti & Evalina Darlin, 2021), brand image merupakan ringkasan dari total perspektif yang dibentuk oleh ide dan pengalaman. Mengikuti pertimbangan kedua faktor tersebut, pelaku usaha seringkali melakukan penyesuaian kualitas atau mutu produk agar tetap mempertahankan keunggulannya di pasar. Biasanya, kualitas suatu produk ditentukan oleh isi dan kemasan. Karena kualitas produk terkait erat dengan kebahagiaan konsumen dengan pembelian, bisnis harus memperhatikannya (Maryam Batubara & Purnama Ramadani Silalahi, 2022). Korporasi percaya bahwa periklanan, menjunjung tinggi reputasi merek, dan menjaga kualitas produk akan meningkatkan pengambilan keputusan konsumen. Konsumen memikirkan berbagai aspek dan motif selama proses pengambilan keputusan sebelum memilih untuk membeli barang atau jasa tertentu (Chifman & Kanuk, 2013:48). Banyak bisnis saat ini menyediakan berbagai macam produk kecantikan dengan atribut yang beragam.

Merek perawatan tubuh Scarlett Whitening menampilkan banyak kategori produk, termasuk Perawatan Wajah, Perawatan Tubuh, dan Perawatan Rambut. Produk perawatan kulit ini kini gencar diiklankan di media sosial dan

dimanfaatkan oleh tokoh masyarakat. Produk Scarlett ini berdiri pada Oktober 2017 dan pemiliknya adalah Felicia Angelista, salah satu musisi ternama Indonesia. Produk yang sudah bertanda BPOM berbahan dasar perawatan tubuh dan wajah yang sangat aman yang disesuaikan dengan permasalahan kulit orang Indonesia sehingga cocok untuk digunakan secara teratur. Scarlett masih memiliki beberapa kekurangan dan masalah, sementara memiliki posisi pangsa pasar yang solid. Cacat dan masalah berasal dari promosi barang-barang Scarlett yang tanpa henti. Tanpa terlibat dalam bentuk periklanan yang lebih tradisional seperti beriklan di televisi, membagikan pamflet, atau menggantung spanduk, Scarlett terutama berkonsentrasi pada pemasaran di Instagram. Tabel berikut menunjukkan hal tersebut:

**Tabel 1.1** Data Promosi yang dilakukan scarlett diberbagai media

No	Media Promosi	Keterangan
1	instagram	Ada(aktif )
2	facebook	Ada(aktif )
3	youtobe	Ada(kurang aktif)
4	tiktok	Ada(kurang aktif)
5	televisi	Tidak Ada
6	radio	Tidak Ada
7	brosur	Tidak Ada

**Sumber:** Hasil olahan data survey awal penelitian, 2023

Berdasarkan tabel di atas, terlihat jelas bahwa Scarlett hanya berkonsentrasi dan aktif berpromosi di Facebook dan Instagram, sedangkan Tiktok kurang aktif berpromosi di YouTube dan Scarlett tidak pernah beriklan di radio atau televisi atau membagikan selebaran. Ada contoh lain dari Scarlett yang

mengeluarkan biaya promosi yang besar selain iklannya yang konstan. Ini mungkin terjadi karena Scarlett menggunakan penyanyi Korea sebagai duta merek, menaikkan harga promosi untuk bisnis.

Karena menawarkan kesempatan kepada orang lain untuk membuat barang tiruan Scarlett, penjualan barang tiruan produk di pasar merusak citra merek produk di mata pelanggan. Kepercayaan konsumen pada produk Scarlett telah menurun akibat banyaknya barang palsu yang tersedia dengan harga yang jauh lebih rendah dan sulitnya membedakan barang asli dari barang palsu, yang berdampak negatif pada citra merek perusahaan. Sangatlah sulit untuk membedakan antara item Scarlett asli dan imitasi. Tabel berikut menunjukkan perbedaan antara item Scarlett asli dan imitasi:

**Tabel 1.2** ciri-ciri produk scarlett whitening asli

No.	Ciri-ciri	keterangan
1	Hologram dikemasan	Berbeda dari skincare pada umumnya, scarlett memiliki ciri tersendiri dengan memiliki hologram pada kemasannya. Hologram tersebut berisi nomor seri produk, nomor tersebutpun berbeda-beda disetiap produknya jika ragu akan produknya konsumen dapat mengecek nomor tersebut di website scarlett itu sendiri. selain itu jika hologram tersebut dibuka maka akan memunculkan gambar sarang lebah
2	Timbilnya tulisan scarlett	Pada bagian leher botol terdapat tulisan scarlett, tulisan tersebut memiliki struktur yang timbul sehingga jika diraba akan terasa, timbulnya tulisan scarlett tersebut dapat menjadi bukti keaslian produk ini dikarenakan kemasan dengan desain ini tidak dijual secara bebas dipasaran

3	Tulisan yang berwarna di stiker cara pemakaian	Tulisan di stiker pada cara pemakaian yang dimiliki scarlett asli memiliki warna yang selain warna hitam, ada merah atau biru. Sedangkan pada scarlett palsu warna stiker tersebut berwarna hitam keseluruhannya.
4	Terdapat nomor batch	Nomor batch merupakan tanggal pembuatan produk yang ciri-cirinya berisi 3 huruf, waktu produksi, 2 digit angka dan 3 digit terakhir berupa huruf. Nomor batch ini berwarna hitam dan dicetak di samping botol
5	Ada tulisan BAS,	Pada bagian bawah scarlett yang asli

**Sumber:** Toko Ria Kosmetik, 2023

Meskipun telah dibuat jelas apa yang membedakan Scarlett asli dari Scarlett palsu, kita masih bisa mengamati dari data tabel ciri-ciri yang dimiliki Scarlett. Masih ada beberapa konsumen yang tidak menyadarinya. Persepsi pelanggan yang buruk terhadap citra merek perusahaan mungkin disebabkan oleh kurangnya kesadaran konsumen akan barang-barang Scarlett. Beredarnya barang palsu Scarlett juga merugikan produk resmi Scarlett dengan membuat konsumen meragukan keaslian merek tersebut dan mengikis kepercayaan mereka terhadap produk tersebut.

Scarlett juga mengalami kesulitan dengan kualitas barang. Barang-barang Scarlett dianggap berkualitas buruk karena sejumlah pelanggan mengeluh bahwa barang-barang tersebut tidak berfungsi sebagaimana mestinya saat digunakan. Dalam beberapa kasus, pelanggan bahkan mengklaim bahwa menggunakan produk tersebut menyebabkan mereka berjerawat di wajah mereka. Upaya Scarlett untuk menjangkau pelanggan terhambat oleh masalah pengemasan. Pelanggan kesulitan mengangkat produk body lotion karena kemasan produk yang tidak memadai dan curah yang berlebihan. Ini digambarkan pada gambar berikutnya.



**Gambar 1.1** gambar produk scarlett

**Sumber:** Toko Ria Kosmetik, 2023

Ukuran body lotion Scarlett terlalu besar, seperti yang terlihat dari gambar di atas, sehingga menyulitkan pelanggan untuk mengemas item tersebut di dalam koper mereka. Selain itu, bentuk losion tubuh, yang menggunakan metode pemerasan yang serupa, terasa canggung untuk dibawa di dalam tas karena isinya mudah menyebar, memperlihatkan benda lain ke isi Scarlett. Andai saja bisnis tersebut dapat memproduksi barang dalam versi ukuran perjalanan, itu akan mempermudah pelanggan dan mendorong mereka untuk membeli barang. Munculnya isu-isu tersebut di atas, termasuk kurangnya pemasaran, kualitas produk yang buruk, dan persepsi negatif terhadap merek perusahaan, berdampak negatif pada bisnis dan menurunkan pendapatan. Tabel penjualan Scarlett pada tahun 2022 berikut penurunan pendapatan:

**Tabel 1.3** Data penjualan scarlett tahun 2022

Periode	Total Penjualan Tahun 2022 dalam pcs
Januari	670
Februari	672
Maret	597
April	585
May	469
Juni	580

Juli	544
Agustus	520
September	450
Oktober	350
November	343
Desember	120

**Sumber:** Toko Ria Kosmetik, 2022

Pendapatan distributor Scarlett menurun seperti terlihat pada tabel berikut ini sebagai akibat dari perubahan keputusan konsumen mengenai pembelian produk Scarlett yang disebabkan oleh kurangnya promosi, kurangnya kualitas produk Scarlett, dan negatifnya persepsi merek perusahaan. Berdasarkan permasalahan tersebut diatas, penulis tertarik untuk meneliti **“PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING DI KOTA BATAM”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Scarlett hanya fokus melakukan promosi melalui sosial media.
2. Besarnya jumlah anggaran dana ketika melakukan promosi.
3. Citra merek yang rusak akibat banyaknya produk palsu yang beredar.
4. Banyaknya kompetitor produk sejenis membuat Scarlett Whitening harus selalu berinovasi dan memperbaiki kualitas produk.
5. Menurunnya pendapatan akibat kurangnya minat beli konsumen.

### **1.3 Batasan Masalah**

Ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi karena faktor biaya, usaha, dan waktu. Pembatasan masalah ini berhubungan dengan:

1. Penelitian akan berfokus pada pengaruh promosi, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Objek pada penelitian ini yaitu toko ria kosmetik di Kota Batam khususnya Batu Aji.
3. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen toko ria kosmetik di Kota Batam.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening di Kota Batam?
2. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening di Kota Batam?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening di Kota Batam?
4. Apakah terdapat pengaruh promosi, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening di Kota Batam?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ada di dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening di Kota Batam.



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

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian dapat menjadi acuan dalam pembelajaran supaya bisa menambah pengetahuan, pola pikir serta opini bagi para pembaca dan sesuatu yang dapat diambil dari penelitian ini bisa berguna sebagai rujukan untuk peneliti seterusnya.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

#### **1. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru yang digunakan sebagai referensi untuk digunakan agar bisa mengoptimalkan kegiatan belajar bagi penulis.

#### **2. Bagi Universitas Putera Batam**

Hasil penelitian dapat berfungsi untuk meningkatkan pengetahuan, terutama untuk program studi Manajemen, dan untuk materi bacaan pada perpustakaan Universitas Putera Batam serta bermanfaat untuk acuan mahasiswa yang lain.

### 3. Bagi Objek Penelitian

Hasil penelitian dapat menjadi referensi tambahan oleh pihak yang menggunakan Scarlett Whitening di Kota Batam.

### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian bisa dijadikan acuan dan wawasan serta memberikan manfaat untuk perkembangan pada penelitian seterusnya.