

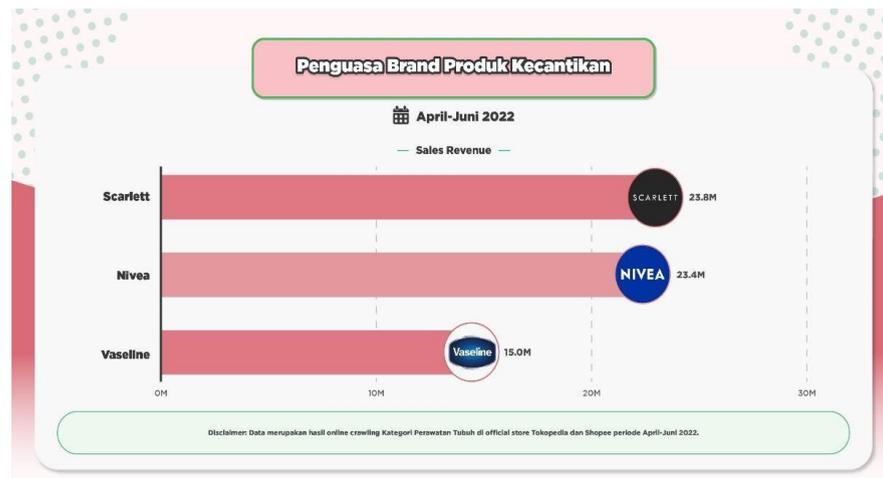
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, orang-orang sangat terobsesi untuk memiliki kulit cantik, bersih dan cerah. Hal ini sangat berbeda dengan kebiasaan masyarakat pada masa lalu yang dimana penampilan tidak begitu penting. Kulit dan wajah merupakan hal terpenting dalam tubuh kita, maka haruslah memiliki wajah yang cerah dan kulit yang sehat. Untuk meningkatkan rasa percaya diri, perawatan wajah menjadi hal yang paling banyak diminta.

Sering berjalannya waktu, akan semakin banyak bermunculan produk yang dapat mengatasi masalah ini dengan menggabungkan semua keunggulan yang ada. Selain itu disesuaikan dengan kebutuhan kulit pemesan. Dalam hal produk perawatan kulit, pelanggan cenderung memilih produk berkualitas tinggi dengan harapan aman digunakan. Kosmetik ini tidak hanya mempercantik seseorang tetapi juga dapat meningkatkan rasa percaya diri dengan memperbaiki penampilan dan gaya hidup. Oleh karena itu, banyak bermunculan produk perawatan kulit dengan segala manfaatnya, dan perusahaan harus bisa memperluas produknya. Bagan ini menyoroti beberapa barang elektronik paling populer di kuartal pertama tahun 2022:



Gambar 1.1 Merek Skincare yang paling laris

Sumber: <https://compas.co.id>

Dilihat dari gambar diatas, produk kecantikan yang paling dicari-cari ialah Scarlett Whitening yang menduduki puncak daftar dengan pendapatan penjualan sebesar 23,8 juta dollar. Produk Nivea berada diposisi kedua dengan pendapatan \$23,4 juta, sementara Vaseline berada diposisi ketiga dengan pendapatan \$15,0 juta. Oleh karena itu, bisa dikatakan ditahun 2022 ini Scarlett Whitening akan menjadi produk terpopuler dikalangan konsumen.



Gambar 1.2 Product Scarlett Whitening

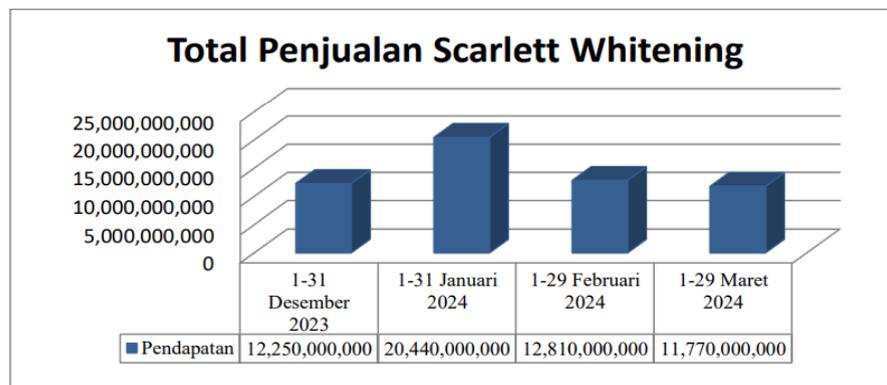
Sumber: Antaranews.com

Scarlett Whitening merupakan produk kecantikan yang menawarkan beragam pilihan bahan untuk warna kulit yang beragam. Salah satu brand kecantikan yang didirikan oleh artis Felicia Angelista, Scarlett Whitening, diproduksi oleh PT Beringin Abadi. Scarlett Whitening dikembangkan karena banyaknya pertanyaan masyarakat tentang produk apa yang terbaik untuk perawatan kulit gelap (Felicia, 2022). Dengan Scarlett Whitening, masyarakat bisa mengetahui produk apa yang terbaik untuk kulitnya. Scarlett Whitening memiliki beragam produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan rangkaian produknya yang luas, termasuk body lotion, pembersih wajah, pelembab, lotion tidur, dan serum. Perawatan kulit dan wajah merupakan produk andalan Scarlett Whitening yang telah teregistrasi BPOM dan direkomendasikan kepada ibu hamil karena bebas

merkuri hingga hidrokuinon. Tak heran Tak heran jika penjualan tersebut meningkat dari tahun ketahun namun penjualan produk scarlett Whitening menurun dari bulan februari hingga maret 2024, menurut grafik berikut:

Gambar 1.3 Data Penjualan Scarlett Whitening

Sumber: Kalodata.com (2024)



Sumber: Kalodata.com (2024)

Dari gambar diatas terlihat Scarlett Whitening mengalami penurunan pendapatan sebesar Rp 1,4 miliar pada bulan Januari hingga Februari. Anjloknya penjualan menunjukkan kualitas dan inovasi produk mulai menurun.

Untuk pertama kalinya, Scarlett Whitening dikenal karena kemampuannya yang luar biasa dalam mencerahkan kulit dengan keharuman yang tahan lama. Oleh karena itu, penurunan penjualan Scarlett Whitening dapat disebabkan oleh menurunnya mutu produk tersebut. Mutu atau kualitas produk menjadi komponen utama dalam persaingan bisnis. Kualitas produk berarti kondisi fisik, fungsi dan kestimewaan produk yang mencukupi kebutuhan pelanggan dalam

bentuk cita rasa dan ambisi terhadap produk, serta nominal uang yang dibayarkan pelanggan untuk membeli produk tersebut. Misalnya, produk berkualitas memiliki kemampuan untuk menjalankan berbagai fungsi seperti kekuatan, kualitas sempurna, akurasi, dan kemudahan penggunaan. Kualitas produk mendorong pelanggan untuk terus menggunakan produk tersebut atau memutuskan untuk beralih ke produk lain yang sesuai dengan harapannya. Apabila suatu usaha mampu menyediakan produk-produk berkualitas tinggi yang memenuhi keinginan pelanggan, maka tentu saja hal tersebut akan mempengaruhi keunggulan kompetitif perusahaan.

Selain kualitas produk, inovasi produk juga mempengaruhi minat pelanggan, karena produk harus menawarkan produk baru yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan memenuhi harapan mereka. Dalam membuat produk, perusahaan harus memenuhi kebutuhan pelanggan. Pengembangan produk yang dikembangkan dari produk lama yang tidak mengurangi permintaan pasar atau produk substitusi yang dibutuhkan juga dapat diartikan sebagai inovasi produk. Lihat produk Scarlett Whitening ini: Scarlett Whitening sebelumnya meluncurkan produk hand-body yang disukai banyak orang, tetapi penjualan produk tersebut menurun. Akibatnya, Scarlett Whitening meluncurkan produk barunya, Body Serum, yang memiliki manfaat yang sama tetapi hanya digunakan pada malam hari.

Inovasi produk seringkali melibatkan penelitian dan

pengembangan yang intensif, serta uji coba pasar untuk memastikan produk baru dapat diterima dengan baik oleh pelanggan. Perluasan dan pengenalan penemuan baru atau peningkatan besar terhadap produk yang sudah tersedia dalam menyediakan permintaan.

Pelanggan akan puas jika tujuan menggunakan Scarlett Whitening tercapai dengan kualitas produk yang baik dan inovasi baru. Keberhasilan bisnis dalam mencapai tujuannya untuk meningkatkan profitabilitas, meningkatkan pangsa pasar, dan kepuasan pelanggan sering didefinisikan sebagai kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika pelanggan tidak puas dengan layanan atau produk, mereka tidak mungkin kembali mendapatkan produk itu lagi. Jika pelanggan tidak puas dengan produk, beberapa akan melakukan komplain langsung atau menyebarkan ketidakpuasan mereka ke orang lain. Oleh karena itu, Scarlett Whitening harus melakukan penelitian dan pengembangan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen (Jidah, 2020).

Loyalitas pelanggan terjadi karena rasa puas pelanggan terhadap kualitas dan inovasi produk, serta konsistensi pembelian berkala, seperti mingguan, bulanan, atau tahunan, tergantung pada lamanya penggunaan produk (Tri Wahyudi Indra Gunawan, 2023) Pelanggan dapat menunjukkan kesetiaan mereka melalui beberapa tanda, seperti: mereka menunjukkan kepercayaan dalam melakukan pembelian produk atau jasa perusahaan, mereka mengeluarkan lebih

banyak uang untuk melakukan pembelian, dan mereka menceritakan manfaat atau dampak dari produk atau jasa perusahaan kepada orang terdekat mereka atau orang yang mereka kenal. Karakteristik ini menunjukkan perilaku atau ekspresi pelanggan untuk mempertahankan hubungan dengan produk yang disupply. Loyalitas pelanggan adalah hasil akhir dari inovasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengguna Loyalitas pelanggan yang paling utama. (Sofya et al., 2022) mendeskripsikan bahwa loyalitas adalah bagian dari komitmen tertinggi untuk membeli produk yang secara terus-menerus, sekalipun banyak penawaran pengusaha lain yang dimana dapat mengubah perilaku pelanggan. Pembelian berulang dapat dimasukkan kedalam kategori loyalitas pelanggan terhutang.

Ketika konsumen mendapatkan kedua hal tersebut, konsumen akan merasa cukup dengan adanya produk tersebut. Rasa puas yang dirasakan oleh pelanggan dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang yang secara langsung ikut serta dalam proses memberikan keputusan untuk memperoleh produk yang ditawarkan penjual, dan memberikan loyalitas terhadap produk baik barang maupun jasa.

1.2. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan kasus yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dilakukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masyarakat di kota Batam tidak memberikan loyalitas terhadap produk Scarlett Whitening dikarenakan kurangnya kualitas pada

produk tersebut.

2. Masyarakat di kota Batam tidak memberikan loyalitas terhadap produk Scarlett Whitening dikarenakan kurangnya inovasi produk tersebut.
3. Masyarakat di kota Batam tidak memberikan loyalitas terhadap produk Scarlett Whitening dikarenakan mereka tidak mendapatkan kepuasan pada produk tersebut

1.3. Batasan Masalah

Tujuan awal riset ini adalah untuk mempertahankan tujuan utama dan tidak menyimpang, maka penulis menjelaskan batasan masalah berikut:

1. Produk yang menjadi tujuan utama penelitian ini ialah produk Scarlett Whitening.
2. Produk Scarlett Whitening yang dikaji ialah Body Lotion.
3. Riset ini dilaksanakan di Kelurahan Tembesi, Kecamatan Sagulung, Kota Batam, Kepulauan Riau.
4. Hanya pelanggan yang sudah melakukan pembelian pada produk Scarlett Whitening setidaknya satu kali pembelian yang ikut serta dalam memberikan tanggapan dalam riset ini.
5. Variabel yang diobservasikan dalam riset ini mencakup kualitas produk, inovasi produk, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

1.4. Rumusan Masalah

Dengan adanya informasi sebelumnya, masalah dari riset

tersebut dijelaskan dibawah ini:

1. Bagaimana hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan Pelanggan pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam?
2. Bagaimana hubungan antara inovasi produk dengan kepuasan Pelanggan pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam?
3. Bagaimana hubungan antara kualitas produk dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam?
4. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam?
5. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara inovasi produk dengan loyalitas pelanggan pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam?
6. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas produk dan inovasi produk dengan loyalitas pelanggan pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Menurut rumusan masalah diatas, dapat simpulkan tujuan dari riset ini, antara lain:

1. Memahami bagaimana hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam.

2. Memahami bagaimana hubungan antara inovasi produk dan kepuasan pelanggan pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam.
3. Memahami bagaimana hubungan kualitas produk dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam.
4. Mencari tahu apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam.
5. Memahami apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara inovasi produk dengan loyalitas pelanggan pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam.
6. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas produk dan inovasi produk dengan loyalitas pelanggan pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Pada riset ini menjelaskan beberapa manfaat antara lain:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Dari sudut pandang teori, riset ini mempunyai kesempatan untuk meningkatkan peluang analisa peneliti selanjutnya tentang inovasi, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan produk Scarlett Whitening.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Studi ini dimanfaatkan sebagai tambahan informasi inovasi, kualitas produk, kepuasan pelanggan hingga loyalitas pelanggan produk Scarlett Whitening.

2. Bagi Perusahaan

Output dari riset ini harapannya dapat dijadikan dasar dalam keputusan terhadap penentuan inovasi dan kualitas produk Scarlett Whitening, semua dengan tujuan memenuhi harapan pelanggan.

3. Bagi Masyarakat di Kota Batam

Dimasa yang akan datang, masyarakat dapat menjadikan hasil riset ini untuk menjadi landasan dalam memilih produk yang hendak dibeli.