

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Beberapa tahun belakangan ini, produk *skincare* mulai digemari oleh kalangan remaja hingga dewasa bukan hanya menjadi kebutuhan bagi wanita, namun pria pun juga membutuhkannya. Produk kecantikan tersebar dalam beragam jenis yang disesuaikan dengan kebutuhan untuk merawat ataupun mempercantik kulit dan penampilan seseorang. Berbagai merek *skincare* pun mulai banyak berinovasi demi memenuhi kebutuhan konsumen. Tentunya hal tersebut dimaksudkan untuk menyesuaikan dengan berbagai masalah dan kebutuhan. Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih produk kecantikan. Selain perawatan wajah, perawatan kulit tubuh juga penting. Oleh sebab itu produsen mencoba memahami kebutuhan konsumen dengan membuat produk yang cocok dengan kulit konsumen agar mendapatkan citra yang baik.

Persaingan bisnis saat ini semakin meningkat dan semakin ketat. Sehingga perusahaan diuntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang berbeda dengan pesaing. Berkembangnya jumlah produsen *skincare* di Indonesia, menjadikan masyarakat memiliki pilihan untuk lebih selektif dalam menentukan *skincare* mana yang akan digunakan. Persaingan dan peluang yang terjadi pada industri kosmetik menjadikan tantangan bagi perusahaan untuk terus memproduksi produk yang berkualitas dan bervariasi. Hal tersebut yang mendorong produsen untuk memperkuat posisi merek secara positif dan memberikan kesan yang baik bagi

konsumen dengan menawarkan produk serta varian produk yang di butuhkan oleh konsumen.

Scarlet Whitening adalah merek lokal yang didirikan tahun 2017, yang menawarkan banyak produk antara lain *face care*, *body care*, dan *hair care* yang memiliki banyak pilihan aroma yang menyegarkan dengan ukuran yang bervariasi mulai dari 15 ml untuk produk wajah hingga 300 ml untuk produk tubuh. *Scarlet Whitening* mengandung *Glutathione* yang dapat melembabkan sekaligus mencerahkan kulit serta memberikan perlindungan kulit dari radikal bebas sehingga setelah pemakaian, kulit akan terasa lebih sehat dan glowing. Selain *glutathione* terdapat *vitamin E* yang dapat memberikan efek *antioksidan* yang terkenal dapat memperbaiki kondisi kulit dan juga mempercepat regenerasi kulit. Sebelum sampai ke konsumen *scarlet whitening* juga harus memperhatikan kualitas produk agar kualitas dari kandungan *scarlet whitening* tetap baik hingga ke tangan konsumen.

Menurut Kotler *et al* (2019) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang di inginkan pelanggan. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas ditentukan oleh konsumen, dan pengalaman konsumen terhadap produk tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Kiki (2017) dan Dimas (2018) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain kualitas produk ada citra merek yang harus di bentuk dari suatu produk agar pembeli mengetahui dan yakin bahwa merek yang mereka beli baik dan bermanfaat bagi mereka.

Citra Merek adalah salah satu unsur penting yang dapat mendorong konsumen untuk membeli produk (Sari, 2020). Citra merek harus memiliki kemampuan untuk dikenal oleh konsumennya baik dari aspek eksternal maupun internal dari merek tersebut ialah citra merek (Alfandi *et al.*, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu (2018) dan Ramadhan (2021) mengatakan bahwa citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Citra merek adalah faktor penting supaya industri bersaing dengan pesaing lain. Membangun citra baik menciptakan nilai dan kepercayaan konsumen. Produsen menjaga citra mereknya dengan banyak cara, seperti mengembangkan produk inovatif yang dapat menjadi pembeda dari produk lain dan memberikan harga wajar.

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan Gerung *et al* (2017). Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan, karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya. Menetapkan harga terlalu tinggi menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan yang diperoleh perusahaan. Strategi penentuan harga produk *Scarlet Whitening* di wilayah pemasaran manapun dengan harga yang sama merupakan keunggulan yang ditawarkan. Penelitian yang dilakukan oleh Neneng (2020) dan Niantoro *et al* (2020) mengatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu dan uraian terhadap kepuasan konsumen, maka berdasarkan hal tersebut perlu dikaji **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen *Skincare Scarlet Whitening* Studi Kasus pada Pengguna *Scarlet Whitening* di Kota Malang”**

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap kepuasan konsumen *skincare scarlet whitening*?
2. Manakah diantara kualitas produk, citra merek dan harga yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *skincare scarlet whitening*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap kepuasan konsumen *skincare scarlet whitening*
2. Untuk menganalisa diantara kualitas produk, citra merek dan harga yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *skincare scarlet whitening*

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teori

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi ilmu manajemen pemasaran untuk mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan baru tentang keputusan konsumen dalam pembelian *skincare*
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk membuat inovasi terhadap produk *scarlet whitening*
- c. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat menambah informasi atau perbandingan penelitian pada masa yang akan datang.