

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Scarlett Whitening merupakan produk kecantikan yang dapat mencerahkan kulit karena mengandung Glutathione dan vitamin E yang sangat bagus untuk membuat kulit lebih cerah. Selain itu Scarlett Whitening juga sudah bersertifikat BPOM yang berarti semua produk Scarlett Whitening yang sudah teruji sehingga tidak akan membahayakan kulit penggunanya. Scarlett Whitening merupakan brand wanita perawatan kecantikan asal Indonesia yang didirikan pada tahun 2017 oleh artis Indonesia Felicya Angelista. Scarlett Whitening berlokasi di Jakarta dan hanya menjual produk melalui online. Scarlett Whitening telah menghadirkan suasana berbelanja yang modern serta mengikuti zaman. Produk yang ditawarkan oleh Scarlett Whitening bermacam-macam produk perawatan badan dan kecantikan wajah untuk wanita usia 15-30 tahun dan target pasar Scarlett Whitening adalah kalangan menengah ke atas dan wanita yang menyukai produk perawatan badan dan wajah. (Sumber: Siska Iskandar, 2021)

Scarlett Whitening merupakan brand local milik Felicya Angelista yang diperkenalkan pada tahun 2017. Pada saat ini produk scarlett whitening sangat menarik perhatian konsumen, berdasarkan hasil testimoni para konsumen bahwa produk scarlett body lotionnya dapat memutihkan dan menghaluskan kulit, tidak hanya body lotionnya saja akan tetapi konsumen juga sangat menyukai produk lainnya yaitu acne serum yang mampu menghilangkan jerawat dan bekas jerawat sehingga membuat kulit wajah menjadi lebih cerah dan glowing. Scarlett Whitening diproduksi oleh Pt Motto Beringin Abadi Bogor dan di distribusikan oleh PT Opto Lambung Sejahtera, Jakarta, Indonesia. Semua Scarlett Whitening telah teruji oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOMRI).

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 memberkan hasil kulit yang cerah dan sehat. Semakin bertambahnya waktu kini produk Scarlett Whitening telah terkenal hingga ke seluruh Indonesia dan telah banyak yang menggunakan produk tersebut.

1.1.2 Logo Perusahaan

Adapun logo Perusahaan dari Scarlett Whitening :



Gambar 1. 1 Logo Scarlett Whitening

Sumber : www.scarlettwhitening.com, 2022

1.1.3 Produk

Scarlett Whitening menyediakan berbagai produk perawatan kecantikan yang berkualitas untuk konsumennya. Produknya dibagi menjadi tiga seperti :

1. *Body Care*

Body Care ini untuk perawatan-perawatan yang digunakan tubuh agar dapat menjaga kondisi kulit tetap sehat dan terawat

Body Cream 	Body Lotion 
Body Scrub 	Body Serum 
Shower Scrub 	

2. *Face Care*

Serangkaian aktivitas yang digunakan untuk mendukung kesehatan kulit wajah agar tetap terawat dan sehat.

Face Mask 	Facial Cream 
--	---

Essense Toner		Facial Serum	
Facial Wash			

3. *Hair Care*

Produk sea salt shampoo & conditioner di Indonesia sangat jarang ditemukan. Scarlett Whitening salah satu brand lokal yang memproduksi sea salt shampoo & conditioner.



Gambar 1. 2 Produk Sea Salt Shampoo & Conditioner

Sumber : www.scarlettwhitening.com, 2022

1.2 Latar Belakang Penelitian

Dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, perusahaan dituntut untuk menerapkan standar kualitas produk yang dihasilkannya. Hal ini terjadi karena kualitas suatu produk menentukan berhasil dan tidaknya produk tersebut dapat menembus pasar. Persoalan yang kemudian muncul adalah apabila produk yang dihasilkan sama dengan perusahaan lain, sehingga menimbulkan persaingan dari perusahaan yang ada. Dengan menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan perlu berlomba-lomba untuk memasarkan produk yang dihasilkan dengan cara terus berusaha mengembangkan kreativitas dan menciptakan inovasi baru. Perusahaan satu dengan yang lain saling berkompetisi untuk menggugulkan kualitas produknya agar produk yang dihasilkan mempunyai kualitas yang baik dan unggul dari perusahaan lain (Anggraini May, 2021).

Salah satu industry yang pesat saat ini adalah produk kecantikan. Produk kecantikan atau kosmetik termasuk dalam produk perawatan diri yang dapat meningkatkan kepercayaan diri pemakainya terutama pada Wanita. Dengan seiring perkembangan zaman, kosmetik menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi seorang Wanita. Banyak Wanita dibuat tidak merasa

nyaman dengan tubuh dan merasa kurang puas dengan kecantikan yang dimilikinya, mereka mulai berusaha mencari penyelesaian dengan melakukan perawatan-perawatan agar dapat tampil lebih cantik dan menarik (Anggraini May, 2021).

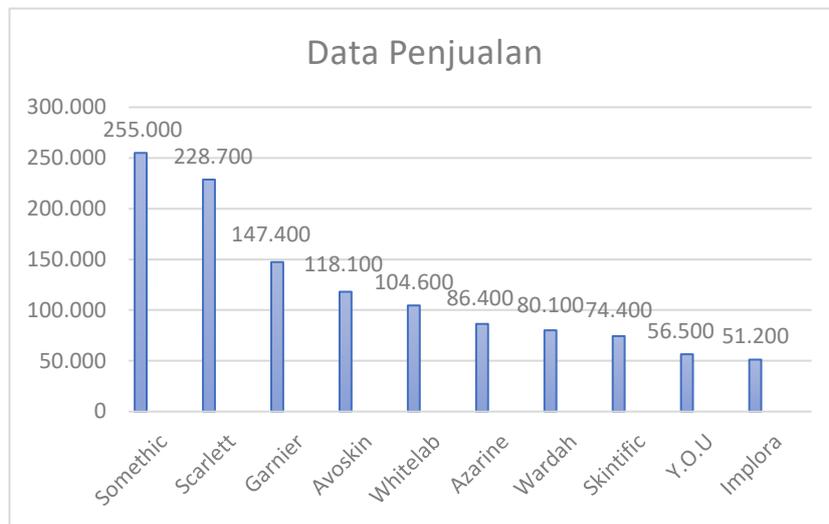
Berdasarkan hasil olahan data penelitian Agustina dalam Jurnal (Citra Dilla, 2022) menyatakan bahwa di Indonesia pertumbuhan kecantikan paling banyak ada di provinsi Jawa Barat. Jawa Barat menjadi pangsa pasar yang menjanjikan bagi berbagai bidang usaha termasuk kosmetik. Jawa Barat adalah salah satu provinsi dengan penghasil industri kreatif terbesar di Indonesia, salah satunya adalah kota Bandung.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat dikatakan bahwa industri kecantikan di Indonesia sangat berkembang pesat yang mengindikasikan tingginya minat beli produk kecantikan di masyarakat. Pesatnya perkembangan industri kecantikan di Indonesia saat ini, membuat perusahaan dituntut untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang ada. Dengan kehadiran kecantikan merek luar negeri tidak menyebabkan produk merek local Indonesia ditinggalkan oleh konsumen. Salah satu brand skincare local yang cukup dikenal adalah Scarlett Whitening. Scarlett Whitening merupakan brand skincare local yang menyediakan berbagai jenis perawatan kulit wajah dan tubuh. Pandemi memiliki dampak besar terhadap perekonomian, tetapi tidak signifikan terhadap permintaan kosmetik, yang diproyeksikan akan meningkat pesat dan berdampak pada peningkatan permintaan produk perawatan kulit. Dengan mendorong influencer media sosial untuk membagikan pengalaman mereka dengan produk di platform media sosial, perusahaan ingin membangun interaksi konsumen-ke-konsumen di seluruh platform digital yang dapat memengaruhi perilaku konsumen (Ngarmwongnoi Chananchida, 2020).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Syarifah Asfahany Hastin, 2023) dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Produk Skincare Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Telkom” produk tersebut menunjukkan hasil bahwa citra merek, kualitas produk, harga memberikan pengaruh sebesar 62.1% terhadap variabel dependen. Sementara sisanya sebesar 37,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas.

Berbicara tentang zaman yang semakin maju dan berkembang, ini terkait erat dengan kemajuan teknologi yang terus meningkat setiap tahunnya. Menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan adalah penting bagi bisnis karena akan meningkatkan niat beli ulang pelanggan (Savitri Ayu Putu Dian, 2018). Kehadiran brand kecantikan luar negeri tidak membuat konsumen menolak brand lokal Indonesia ditinggalkan oleh konsumen. Salah satu brand skincare local yang cukup dikenal adalah Scarlett Whitening. Scarlett Whitening

merupakan brand skincare lokal yang menyediakan berbagai jenis perawatan kulit wajah dan tubuh (Anggrenita Erika, 2022)



Gambar 1. 3 Data Penjualan Skincare Juni-Agustus 2022

Sumber : <https://databoks.co.id/>, 2022

Gambar 1.3 diatas Data Penjualan Skincare pada Bulan Juni – Agustus 2022 produk Scarlett Whitening tembus 228.700 angka tersebut masih jauh dibawah kompetitornya yaitu Somethic yang penjualannya 255.000. Pada saat ini Somethic di Indonesia, konsumen lebih banyak menyukai produk kecantikan merek lokal ketimbang brand impor. Dari hasil riset, situs pembanding harga dan lembaga riset pasar dari Indonesia. Dari analisis terhadap data tersebut, bahwa Somethic merupakan merek serum wajah yang paling banyak terjual sepanjang Juni-Agustus 2022, dengan rincian kuantitas penjualan seperti terlihat pada grafik. Pemasaran mencari tahu semua kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi. Pemasaran menunjukan dengan tepat segmen pasar yang dapat dilayani dengan sangat baik oleh perusahaan. Pemasaran juga merancang dan meningkatkan produk serta jasa yang tepat. Produsen yang hebat harus dapat mempertahankan kualitas produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dengan efektif dan harus memperhatikan dan memahami kebutuhan konsumen.





Gambar 1. 4 Ulasan dan Penilaian Produk Scarlett Whitening

Sumber : <https://reviews.femaledaily.com/>

Pada e-commerce terdapat fitur yang disediakan oleh pengembang marketplace untuk membantu memberikan informasi tambahan kepada calon pembeli yaitu review dan rating. Kedua fitur dapat dijadikan salah satu cara agar mengurangi resiko yang dapat merugikan calon pembeli dengan cara informasi tentang produk yang akan dibeli oleh konsumen terdahulu sehingga calon konsumen dapat menilai dan menimbang apakah produk yang diinginkan calon konsumen layak dibeli atau tidak. Calon pembeli biasanya akan mencari informasi-informasi tentang produk yang diinginkan sebelum melakukan pembelian. Kebanyakan dari konten di sosial media juga merekomendasikan untuk melakukan pembelian melalui marketplace, maupun toko kosmetik yang sudah menjadi reseller atau agen resmi Scarlett Whitening. Scarlett yang kini menjadi salah satu produk yang viral di sosial media menjadikan alternatif bagi kaum Wanita yang ingin membeli skincare.

Menurut Global Business Guide, pertumbuhan penjualan industri kosmetik di Indonesia disebabkan oleh permintaan yang tinggi dari kelas menengah. Bahkan selama pandemi COVID-19, Perhatian masyarakat Indonesia terhadap perawatan pribadi dan produk kecantikan terus meningkat. Menurut Survei Zap Beauty Index dilakukan secara online dengan responden wanita di 35 kota. Studi ini mencakup potret tiga generasi yang berbeda dalam industri kecantikan. Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z (Ananda Pradita, 2020).

Dalam hal perawatan kulit dan wajah, seringkali disebabkan oleh produk yang tidak memiliki sertifikat MUI, tidak terdaftar di BPOM dan mengandung merkuri yang menyebabkan kerusakan pada kulit dan wajah. Pada fase ini, Konsumen dapat mengembangkan preferensinya darinya. Niat beli konsumen bisa dipengaruhi oleh preferensi merek yang paling disukai oleh konsumen (Hastin Syaifah, 2023).

Harga adalah elemen bauran pemasaran yang sangat penting karena dapat menghasilkan dan mendapatkan pendapatan melalui penjualan. Dengan menetapkan harga di dalam suatu

perusahaan maka akan mendapatkan keuntungan harga di dalam suatu produk yang dipasarkan. Menurut Kotler dan Keller, dalam Jurnal Rizalirmawan (2020) berpendapat bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari suatu yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga yang ditawarkan oleh Scarlett Whitening terjangkau dan terjamin aman. Oleh karena itu, harga yang dipasarkan pada website official Scarlett Whitening produk kecantikannya menjual dengan harga yang terjangkau dan sudah banyak konsumen yang menggunakan produk yang dipasarkan oleh Scarlett Whitening bahkan public figure banyak yang menggunakan produk Scarlett Whitening. Keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh kualitas produk tersebut. Persyaratan permintaan akan produk peningkat kualitas memungkinkan perusahaan untuk bersaing di berbagai bidang bisnis untuk meningkatkan kualitas produk dan mempertahankan merek mereka

Kualitas produk adalah hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin baik kualitas suatu produk, maka dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli atau memilihnya sebagai keputusan pembelian. Scarlett Whitenin dengan label halal dan aman sebagai jaminan kualitas dan meningkatkan rasa percaya diri seorang Wanita. Scarlett Whitening tidak hanya sebagai kosmetik tubuh, tetapi juga menjadi kosmetik jiwa yang mampu menonjolkan kharisma yang bagus dan tidak berlebihan. Scarlett Whitening selalu mengutamakan kualitasnya dan harga yang ditawarkan terjangkau. Scarlett Whitening dibuat dari bahan-bahan yang aman dan halal serta tidak menggunakan bahan-bahan yang dapat membahayakan kesehatan konsumen. Scarlett Whitening memberikan berbagai macam kosmetik mulai dari Scarlett Whitening Body Cream, Lotion, Body Scrub, Body Serum, Shower Scrub, dan masih banyak lagi. Scarlett Whitening bagus untuk daerah kewanitaan untuk dapat menunjang penampilan yang lebih cantik dan mempesona

Keputusan pembelian adalah pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Dengan keputusan pembelian, konsumen dapat memilih produk yang disukai dan dapat menentukan pilihannya sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Firmansyah (2019) Keputusan Pembelian adalah proses tindakan berbeda untuk memutuskan opsi pembelian tertentu dari produk. Keputusan pembelian konsumen adalah pilihan yang melibatkan kualitas, nilai, dan identifikasi harga. Konsumen menggunakan harga tidak hanya sebagai indikator kualitas, tetapi juga sebagai indikator biaya suatu produk atau produk dengan imbalan keuntungan. Disini kita melihat bagaimana sebuah merek dapat mempengaruhi keputusan konsumen dengan citra merek suatu produk (Nugraha Ilham, 2022).

Tidak hanya itu, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor harga. Harga yang dianggap wajar adalah harga yang sepadan dengan kualitas produk dan dapat bersaing dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing (Muljani, (Hastin Syaifah, 2023) Harga produk Scarlett sendiri berkisar antara 65.000 dan 75.000.

Scarlett Whitening dipilih sebagai objek penelitian karena Scarlett Whitening sudah dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu pada awal launching produk scarlett whitening mengalami penjualan yang terbilang sangat tinggi, Maka dari itu perlu studi lebih lanjut untuk menyelesaikan permasalahan. Berdasarkan hasil yang terjadi diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada produk scarlett whitening. Penelitian ini diberi judul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening"

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas yang telah diuraikan dalam latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut yaitu :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening?
2. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening?
3. Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian untuk menganalisis dan mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang muncul, dengan melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menggunakan ilmu yang telah didapat selama dibangku kuliah

2. Bagi Akademik

Penelitian ini untuk mengetahui mengenai harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening, sehingga dapat dijadikan acuan dalam menetapkan strategi pemasaran dan guna meningkatkan laba perusahaan

3. Bagi Industry

Dapat dijadikan sebagai acuan bahan pertimbangan atau referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan variable yang sama atau berkaitan maupun dengan variable lain

1.6 Batasan Penelitian

Scarlett Whitening merupakan perusahaan produk local yang terdiri dari produk kosmetik dan kecantikan seperti *body lotion, shower scrub, body scrub, day cream, night cream, serum wajah, facial wash, shampoo, dan conditioner hair*. Scarlett Whitening ini berlokasi di DKI Jakarta dan hanya menjual produknya melalui online.

Harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Menurut Kotler dan Keller, dalam Jurnal Rizalirmawan (2020) berpendapat bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari suatu yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Kualitas Produk adalah hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin baik kualitas suatu produk, maka dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli atau memilihnya sebagai keputusan pembelian. Menurut Hendra dan Lusiah (2017) mengemukakan bahwa kualitas produk dapat dipahami sebagai produk yang ditawarkan oleh penjual yang memiliki nilai jual lebih dari produk pesaing.

Keputusan pembelian adalah pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Dengan keputusan pembelian, konsumen dapat memilih produk yang disukai dan dapat menentukan pilihannya sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Tjiptono (2020) keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen berupa tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian teoritik mengenai tinjauan pustaka bagi teori-teori yang mendasari, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai pendekatan, metode dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah dalam penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil dan pembahasan atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu tentang Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Scarlett Whitening

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan disertai rekomendasi dalam bentuk saran-saran yang relevan dari penulis terhadap perusahaan yang dijadikan sebagai objek penelitian