

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya ataupun kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah pelanggan yang sangat puas dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang di berikan, sehingga memperkenalkan produk dengan siapapun yang mereka kenal. Menurut Hurriyati (2019:128), loyalitas pelanggan memiliki peran sangat penting bagi perusahaan. Dengan adanya pelanggan yang loyal, perusahaan akan mampu dengan mudah menentukan kebijakan yang berkaitan dengan produk tanpa kekhawatiran produk tidak laku terjual. Maka dari itu suatu perusahaan harus terus berinovasi dalam menciptakan strategi yang menarik pelanggan untuk menciptakan pelanggan yang loyal. (Kotler 2019:138), menyatakan loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Sedangkan menurut Griffin (2019:5), loyalitas pelanggan adalah pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan menunjukkan perilaku pembelian secara teratur walaupun terdapat suatu kondisi dimana konsumen wajib melakukan pembelian sedikit dua kali dalam waktu tertentu.

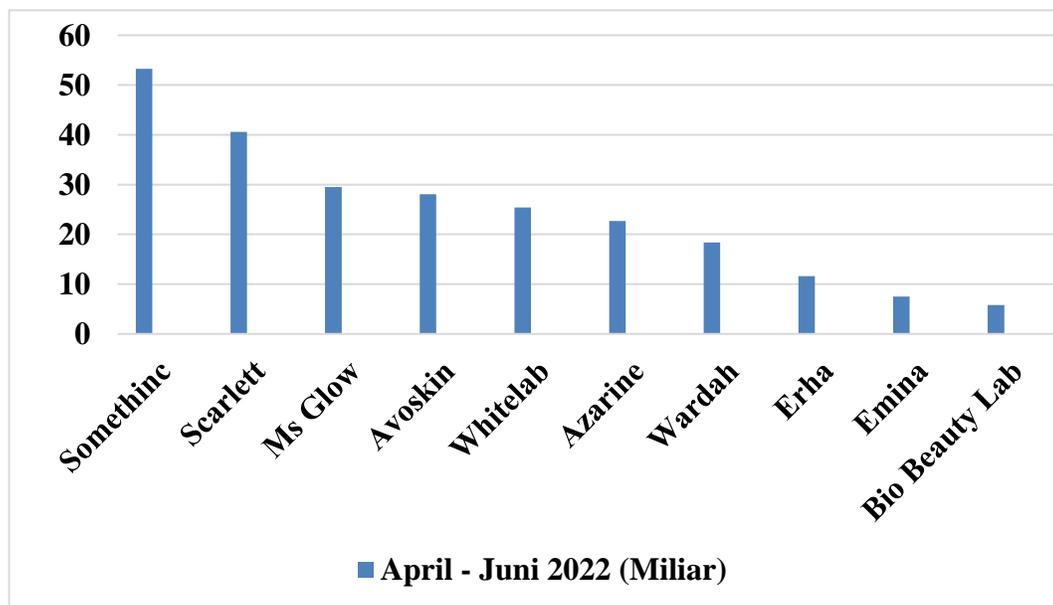
Loyalitas pelanggan bisa dilihat dari seberapa sering pelanggan melakukan pembelian suatu produk secara teratur. Salah satu merek yang sedang berkembang saat ini dan cukup terkenal yakni *Scarlett whitening*. Saat ini produk *Sacrlett whitening* sudah menjadi salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi, hal ini karena memberikan manfaat penting yaitu menciptakan kulit sehat. *Sarlett whitening* sekarang menjadi suatu usaha untuk membantu mengatasi segala keluhan baik laki laki maupun perempuan, sehingga menjadi kebutuhan sehari-hari untuk masyarakat. Dalam dunia kecantikan sering terjadi isu-isu negatif seperti keamanan bahan baku produk pada kosmetik yang digunakan karena tidak semua jenis kulit dapat menggunakan produk

tersebut sehingga menyebabkan pada masalah kulit dan berdampak pada pelanggan yang tidak loyal terhadap produk tersebut. Dengan berkembangnya teknologi informasi sekarang ini dapat memberikan jaringan bisnis dunia yang tanpa batas.

Hal ini banyak dimanfaatkan oleh para pebisnis, salah satunya adalah bisnis produk kecantikan secara *online*. Produk kecantikan tersebut tentu mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis kecantikan, salah satunya penjualan di sosial media seperti Instagram dan Shopee. Ketatnya persaingan bisnis di sosial media membuat orang-orang dituntut untuk memiliki suatu keunikan atau *value* tersendiri yang dapat memikat konsumen dalam rangka mempertahankan atau merebut pangsa pasar yang ada. Untuk dapat mengatasi hal ini perusahaan harus mampu menghadapi tantangan persaingan yang ketat, seperti di sosial media terdapat beberapa produk kecantikan yang tersebar di berbagai sosial media dan salah satunya yaitu Scarlett *Whitening*. Berikut daftar *brand* kecantikan lokal yang laris di *e-commerce*:

Diagram 1.1

10 Nama *Brand* Kecantikan Lokal Terlaris di *E-commerce*



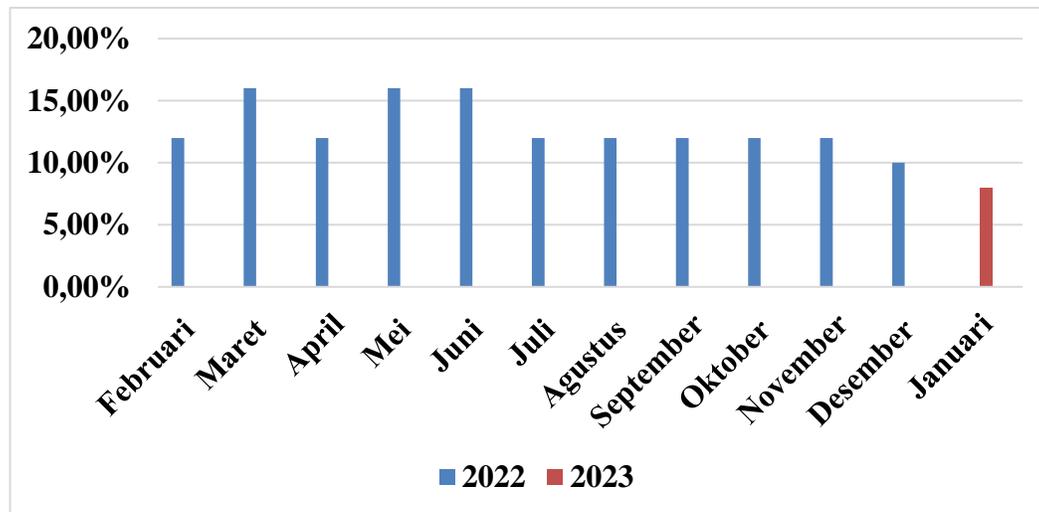
Sumber: Dimia.id, 2022

Berdasarkan gambar 1.1 di atas sepuluh nama *brand* kecantikan lokal di sosial media Scarlett *Whitening* memiliki kedudukan tertinggi ke dua produk kecantikan terlaris di *e-commerce* yaitu menembus angka Rp 40.9 miliar pada periode April – Juni

2022. Sehingga dapat di simpulkan bahwa, *Scarlett whitening* mempunyai penjualan yang tinggi, hal tersebut menunjukkan dimana *Scarlett whitening* memiliki potensi untuk industri kecantikan yang dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Namun, ketatnya persaingan bisnis membuat perusahaan semakin dituntut bergerak lebih cepat dengan tujuan harus lebih memperbaiki kualitas produk dan pelayanan pada konsumen agar mampu bersaing dengan produk unggul lainnya. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berupaya memuaskan keinginan atau permintaan pelanggan berdasarkan harapan pelanggan. Dalam melakukan pembelian suatu produk, konsumen terlebih dahulu akan memperhatikan masalah kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dapat diperoleh. Selanjutnya terdapat diagram tentang penjualan *Scarlett Whitening* selama bulan Februari 2022-Januari 2023 agar bisa mengetahui seberapa loyal pelanggan terhadap *scarlett whitening* dapat di lihat di bawah ini:

Diagram 1.2

Data Penjualan Scarlett Whitening 2022-2023



Sumber: Dimia.id, 2023

Berdasarkan Diagram 1.2 tersebut, terlihat data penjualan *Scarlett Whitening* pada bulan februari 2022 penjualan mencapai 12% sampai dengan bulan juni 2022 terus meningkat hingga 16%, namun mulai dari bulan juli 2022 sampai Januari 2023 penjualan tersebut menurun hingga 8%. Penurunan terjadi karena adanya persaingan

dari merek kosmetik baru atau perubahan dalam preferensi konsumen. Fluktuasi adalah perubahan yang tidak teratur atau naik-turun dalam suatu fenomena, seperti pendapatan penjualan perusahaan. Dalam konteks bisnis, fluktuasi ini bisa menjadi alat ukur untuk mengevaluasi kinerja dan strategi suatu perusahaan, serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal atau internal yang mempengaruhi hasil penjualan. Terjadinya penurunan penjualan produk *Scarlett Whitening* menunjukkan bahwa adanya pelanggan yang beralih ke produk lain. Untuk di lakukan lebih jauh, peneliti melakukan pra survai kepada pelanggan *Scarlett Whitening* untuk mengetahui gambaran loyalitas saat ini. Menurut hasil dari 30 orang pelanggan yang pernah membeli produk *Scarlett Whitening* dapat di simpulkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1.3
Pra Survei Tentang Loyalitas Pelanggan *Scarlett Whitening*

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda akan mengatakan hal-hal yang positif terkait dengan produk <i>Scarlett Whitening</i> kepada orang lain?	50%	50%
2.	Apakah Anda akan merekomendasikan kepada teman atau saudara untuk menggunakan produk <i>Scarlett Whitening</i> ?	33,3%	66,7%
3.	Apakah anda akan memberikan saran kepada teman, saudara atau keluarga untuk membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> ?	30%	70%

Sumber: Data di olah peneliti, 2025

Bedasarkan hasil pra survei yang di lakukan peneliti, dari 30 pelanggan pelanggan dapat dilihat 70% mengatakan bahwa pelanggan tidak akan memberikan saran kepada teman, saudara atau keluarga untuk membeli produk *Scarlett Whitening*?, 66,7% pelanggan mengatakan bahwa pelanggan tidak akan merekomendasikan kepada teman atau saudara untuk menggunakan produk *Scarlett Whitening*, 50% pelanggan

mengatakan bahwa tidak akan mengatakan hal-hal yang positif terkait dengan produk *Scarlett Whitening* kepada orang lain?. dapat di simpulkan bahwa *Scarlett Whitening* perlu melakukan peninjauan mendalam agar pelanggan menjadi loyal.

Peneliti memilih untuk menggunakan variabel loyalitas pelanggan karena ditemukan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh beberapa masalah utama. Konsumen cenderung tidak melakukan pembelian berulang, konsumen belum memiliki komitmen terhadap produk *Scarlett Whitening* serta konsumen jarang merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga. Kualitas produk tidak dapat memenuhi harapan pelanggan disebabkan kurangnya kesesuaian produk dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan juga belum maksimal tidak dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kurang cepat tanggap menangani keluhan sehingga pelanggan kurang puas. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan perlu membangun reputasi yang positif melalui rekomendasi dari konsumen yang puas, memperbaiki kualitas produk dengan menyesuaikan keinginan dan kebutuhan pelanggan, dan meningkatkan kepuasan konsumen. Strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan pelanggan yang loyal, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Warganegara et al., (2020:33), loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi Loyalitas pelanggan yaitu Kualitas produk, kualitas produk yang baik selalu di inginkan oleh pelanggan. Ketika kualitas produk yang baik maka produk akan selalu diingat dan pelanggan akan membeli kembali produk *Scarlett Whitening* sehingga membuat pelanggan loyal kepada produk *Scarlett Whitening*. Hal tersebut secara tidak langsung menandakan bahwa produk yang baik ialah produk yang dapat memiliki kualitas yang baik pula, sehingga dalam hal ini akan menciptakan pelanggan yang loyal bagi pengguna produk tersebut. loyalitas pelanggan tergantung pada tingkat kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Jika kualitas suatu produk dapat memenuhi keinginan konsumen maka pelanggan akan loyal dan akan lebih mudah dicapai serta dapat meningkatkan kesetiaan konsumen terhadap produk tersebut. Sehingga dalam hal ini peneliti

melakukan pra survei yang di bagikan kepada 30 orang pelanggan *Scarlett Whitening* dapat di simpulkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1.4
Pra Survei Tentang Kualitas Produk *Scarlett Whitening*

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah <i>Scarlett Whitening</i> memiliki desain yang mewah?	53,3%	46,7
2.	Apakah <i>Scarlett Whitening</i> memiliki bentuk dan kemasan yang mudah dibawa berpergian?	40%	60%
3.	Apakah tampilan produk <i>Scarlett Whitening</i> sangat menarik?	50%	50%

Sumber: Data di olah peneliti 2025

Berdasarkan dari hasil pra survei yang di lakukan peneliti, dari 30 pelanggan *Scarlett Whirening* dapat dilihat diatas 60% pelanggan mengatakan bahwa produk *Scarlett Whitening* tidak memiliki bentuk dan kemasan yang mudah dibawa berpergian, dapat disimpulkan bahwa bentuk yang tidak praktis dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan peneliti yang di lakukan oleh Bali (2022:2). Kualitas yang baik dari suatu produk akan mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan produk tersebut sehingga memudahkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian dan loyal. Menurut Kotler (2019:121), menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Konsumen akan mempertimbangkan faktor kualitas pada saat memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan kualitas pelayanan.

Menurut Hermanto et al., (2019:175), kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga perusahaan dituntut untuk dapat mengutamakan perluasan produk dan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan

konsumen yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik juga harus dilaksanakan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan, baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Sehingga dalam hal ini peneliti melakukan pra survei kepada pelanggan *Scarlett Whitening* agar mengetahui apakah kualitas pelayanan yang di berikan oleh *Sarlett Whitening* memuaskan atau tidak. Menurut dari hasil pra survei yang di bagikan kepada 30 pelanggan *Scarlett Whitening* dapat di simpulkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1.5
Pra Survei Tentang Kualitas Pelayanan *Scarlett Whitening*

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah <i>Sacrlett Whitening</i> memberikan fasilitas yang sesuai kebutuhan konsumen?	43,3%	56,7%
2.	Apakah <i>Scarlett Whitening</i> memberikan opsi pembayaran secara tunai (<i>case on delivery</i>) dan non tunai (transfer, Qris, Debit) ?	56,7%	43,3%
3.	Apakah <i>Customer Service Scarlett Whitening</i> memberikan informasi produk yang jelas dan mudah dimengerti?	36,7%	63,3%

Sumber: Data di olah peneliti, 2025

Berdasarkan data hasil pra survei yang di lakukan peneliti, dari 30 pelanggan *Scarlett Whitening* dapat di lihat di atas 56,7% bahwa *Sacrlett Whitening* tidak memberikan fasilitas yang sesuai kebutuhan konsumen, 63,3% pelanggan mengatakan bahwa *Customer Service Scarlett Whitening* tidak memberikan informasi produk yang jelas dan mudah dimengerti, pelayanan dan fasilitas yang di berikan tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga menyebabkan pelanggan tidak loyal.

Menurut Tjiptono (2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas

pelayanan yang diharapkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah harapan pelanggan dari tingkat kemampuan yang diberikan perusahaan. Apabila pelayanan yang di berikan memuaskan atau sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan akan puas dengan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat penting sehingga membuat pelanggan menjadi loyal sehingga berdampak pada terjadinya pembelian berulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan produk.

Dari hasil uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan Scarlett Whitening”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka mendorong peneliti untuk melakukan penelitian ini dengan objek penelitian. Berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, maka penulis dapat merumuskan masalah pokok sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada Scarlett *Whitening*?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada Scarlett *Whitening*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Scarlett whitening*.
2. Mengetahui Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan *Scarlett whitening*.

b. Manfaat dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak pihak

yang berkepentingan dan dapat manfaat sebagai bahan pedoman atau pembandingan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun skripsi dengan baik.

2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Peneliti: Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan pengetahuan tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, agar dapat memperdalam ilmu dan bermanfaat sebagai bahan pedoman.
- 2) Bagi Perusahaan: Dengan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam merumuskan kebijakan terutama tentang Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah

Agar pembahasan yang di lakukan lebih fokus dan tertera, maka Penulis membatasi beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel yang di lakukan adalah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas pelanggan.
2. Populasinya adalah masyarakat yang pernah membeli *Scarlett whitening*.