

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya era globalisasi, dunia usaha pun terus mengalami perkembangan yang sangat cepat. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mampu bersaing dan memenuhi kebutuhan konsumen sesuai perkembangan saat ini agar dapat menarik pembeli atas produk dan jasa yang ditawarkannya. Salah satu bisnis yang saat ini sedang menjadi perbincangan hangat di kalangan remaja adalah industri kecantikan.

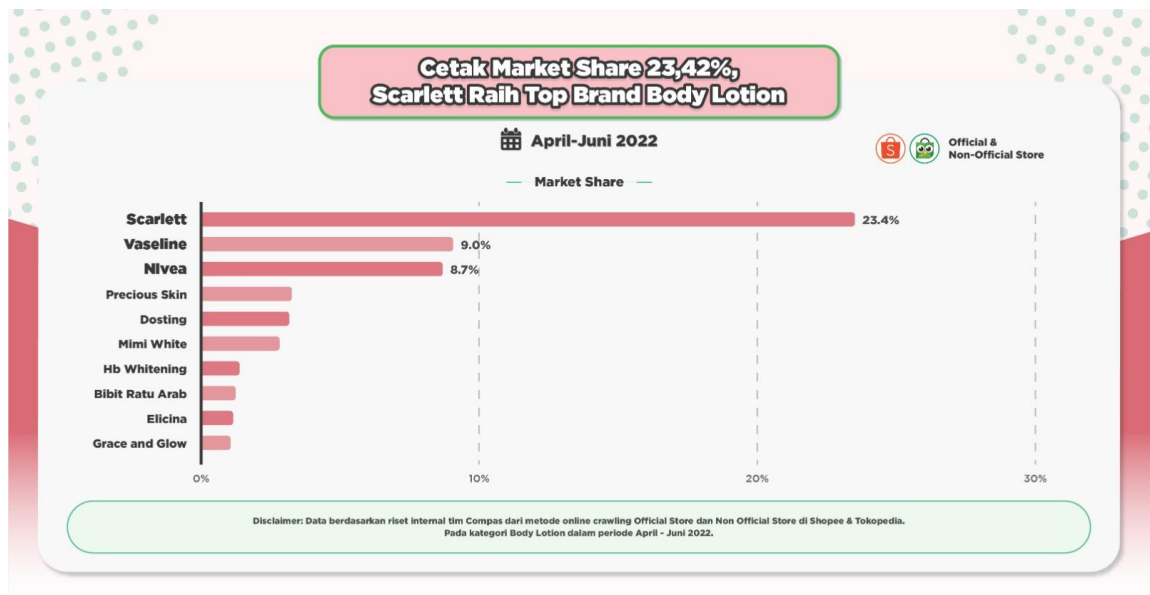
Beberapa tahun terakhir ini, industri kecantikan berhasil menarik perhatian seluruh remaja dan generasi muda yang mulai tertarik untuk merawat kulit dan wajahnya. Saat ini *skincare* dan *bodycare* sudah menjadi salah satu alternatif pengganti perawatan dan perbaikan kulit serta menjadi salah satu item yang esensial. Sejak masuknya budaya Korea ke Indonesia, standar kecantikan di Indonesia berubah menjadi kulit putih bersinar layaknya artis Korea.

Perawatan kulit merupakan serangkaian produk yang bertujuan untuk menjaga kemurnian dan kesehatan kulit, yang bila digunakan secara rutin akan memberikan efek jangka panjang. Berbeda dengan makeup yang langsung terlihat efeknya setelah diaplikasikan. Berbeda dengan penggunaan produk perawatan kulit yang membutuhkan proses panjang untuk melihat hasilnya. Banyak *brand skincare* bermunculan dan bersaing di pasar. Dalam keadaan seperti itu, para pengusaha memanfaatkan hal tersebut dan berlomba-lomba menawarkan produk yang mereka butuhkan untuk menarik perhatian konsumen.

Banyak sekali produk kecantikan yang beredar di pasaran, baik dari jenis produk, manfaat, maupun merek yang tersedia. Salah satu produk yang berhasil menarik perhatian konsumen adalah produk Scarlett Whitening. Scarlet Whitening diproduksi oleh PT. Motto Beringin Abadi, Bogor, Indonesia. Seluruh produk Scarlet Whitening telah diuji oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan Indonesia (BPOMRI). Scarlett Whitening juga merupakan lini produk perawatan kulit yang mencakup banyak lini produk seperti perawatan wajah, perawatan tubuh, dan perawatan rambut. Scarlet Whitening berfokus pada beragam produk perawatan pemutih dan pencerah kulit tubuh dan wajah. Setiap produknya mengandung *glutathione*, *niacinamide*, dan vitamin E yang semuanya bagus untuk membuat kulit Anda lebih bersinar dan sehat.

Berdasarkan hasil survei ZAP Beauty Index 2023, generasi Z masih fokus terhadap perawatan dan manfaat produk untuk mencerahkan kulit dan wajah. Sesuai dengan produk Scarlett Whitening dimana produk Scarlett Whitening berfokus pada perawatan untuk mencerahkan dan memutihkan kulit tubuh dan juga kulit wajah karena setiap produk yang ada pada Scarlett Whitening mengandung *glutathione*, *niacinamide* dan juga mengandung vitamin E yang sangat bagus untuk kulit agar lebih sehat dan cerah.

Banyaknya minat beli terhadap produk *skincare*, Scarlett Whitening harus mampu bersaing ditengah perkembangan zaman yang serba modern ini. Untuk mempertahankan keunggulan produk dan bisnisnya yang telah dibangun Scarlett Whitening harus melakukan promosi sesuai dengan perkembangan zaman yaitu dengan cara memasuki saluran media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube. Selain itu produk Scarlett Whitening juga menjalin kerjasama dengan berbagai platform online untuk memberikan kemudahan pada konsumen untuk membeli produknya, dengan menggunakan *e-commerce* konsumen dapat menghemat waktu, tenaga serta biaya dengan tersedianya diskon yang diberikan *e-commerce* tersebut.



Gambar 1.1. Top Brand Body lotion
Sumber: Google

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa produk dengan kategori *Body lotion* Scarlett Whitening mampu memimpin jauh dibandingkan dengan produk merek Vaseline dan Nivea dengan market share sebesar 23,42%. Dengan begitu Scarlett Whitening mampu mengalahkan kompetitor dengan merek internasional yang tertera pada gambar diatas.

Selain promosi menggunakan media sosial cara yang digunakan Scarlett Whitening untuk menarik perhatian konsumen adalah melalui penggunaan artis *sebagai Brand Ambassador* sebagai sarana komunikasi. Dimana *brand ambassador* akan menjelaskan tentang kualitas suatu produk dengan cara yang mudah diingat oleh konsumen dan membekas dalam benak mereka dan menimbulkan minat beli yang berubah menjadi keputusan pembelian. Tujuan penggunaan *brand ambassador* ini untuk mempromosikan produk baru atau yang sudah ada dan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Konsumen akan mempertimbangkan informasi yang di tawarkan dari *brand ambassador* kepada konsumen saat melakukan pilihan pembelian.

Salah satu *brand ambassador* yang sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan pendapatan Scarlett Whitening, yaitu boyband K-POP EXO yang berasal dari Korea. EXO dipilih sebagai *brand ambassador* dengan berbagai alasan, seperti popularitas, dan citra positif yang dimiliki EXO. Ketepatan Scarlett Whitening dalam memilih EXO sebagai *brand ambassador* mendapat respon yang sangat positif oleh penggemar. Dalam upaya meningkatkan keternaran merek dan menarik perhatian konsumen, Scarlett Whitening melibatkan EXO dalam berbagai aktivitas promosi. Salah satu promosi yang dilakukan adalah dengan melakukan Live Tiktok.

Selain *brand ambassador*, kualitas produk juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Oleh karena itu, kualitas produk mengacu pada kemampuan produk untuk memenuhi tujuan, tujuan yang dimaksudkan ini mencakup pada manfaat produk, keandalan, kemudahan penggunaan dan pemeliharaan diantara kualitas produk lainnya. Dengan kualitas produk yang baik serta harga yang ditawarkan Scarlett Whitening terjangkau, Scarlett Whitening berhasil membentuk target pasar dan segmentasi pasar yang sesuai untuk kalangan remaja sampai kalangan dewasa dengan tepat. Scarlett Whitening ingin membuktikan bahwa kualitas produk lokal mampu bersaing di tengah persaingan pasar global yang sangat ketat. Dengan begitu, Scarlett Whitening memiliki keunggulan produk dan bernilai guna bagi konsumen.

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi, *Brand Ambassador*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Body lotion* Scarlett Whitening (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Depok).**

1.2. Identifikasi Masalah

Dari beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh peneliti sebagai berikut:

1. Promosi Scarlett Whitening saat ini masih dirasa kurang bombastis dibandingkan dengan produk sejenis.
2. *Brand Ambassador* Scarlett Whitening saat ini hanya mewakili dari beberapa komunitas tertentu.
3. Kualitas produk Scarlett Whitening sudah cukup baik, namun masih perlu peningkatan mengingat produk lain yang sejenis cukup agresif untuk mempengaruhi pasar.

1.3. Pembatasan Masalah

Meninjau rumusan identifikasi masalah diatas, meskipun dikatakan sudah cukup meningkat dalam penjualannya. Suatu produk tidak luput dari masalah. Untuk mempermudah penelitian, maka penulis memfokuskan pada beberapa aspek agar penyelesaiannya lebih jelas. Dengan harapan dapat ditemukan pemecahan masalahnya, dan juga lebih terarah, penulis membatasi penelitian ini hanya pada aspek Pengaruh Promosi, *Brand Ambassador*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Body lotion* Scarlett Whitening (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Depok).

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan promosi, *brand ambassador*, kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Body lotion* Scarlett Whitening Masyarakat Di Kota Depok?
2. Apakah secara parsial promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Body lotion* Scarlett Whitening Masyarakat Di Kota Depok?
3. Apakah secara parsial *brand ambassador* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Body lotion* Scarlett Whitening Masyarakat Di Kota Depok?
4. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Body lotion* Scarlett Whitening Masyarakat Di Kota Depok?

1.5. Tujuan Penelitian

Setelah menentukan batasan masalah, maka selanjutnya seperti yang sudah dijabarkan di dalam latar belakang, maka tujuan yang akan diraih dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Body lotion* Scarlett Whitening Masyarakat Di Kota Depok?
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Body lotion* Scarlett Whitening Masyarakat Di Kota Depok?
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Body lotion* Scarlett Whitening Masyarakat Di Kota Depok?
4. Untuk mengetahui apakah secara simultan promosi, *brand ambassador*, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Body lotion* Scarlett Whitening Masyarakat Di Kota Depok?

1.6. Manfaat Penelitian

Setelah menentukan tujuan penelitian, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi gambaran perusahaan untuk kedepannya, adapun manfaat pada penelitian ini adalah:

1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya yang berhubungan dengan produk *skincare*.
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan promosi, *brand ambassador*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen pemasaran.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi - materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab 1 akan membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab 2 berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab 3 berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab 5 berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan secara sah dalam menyusun penelitian ini.