

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

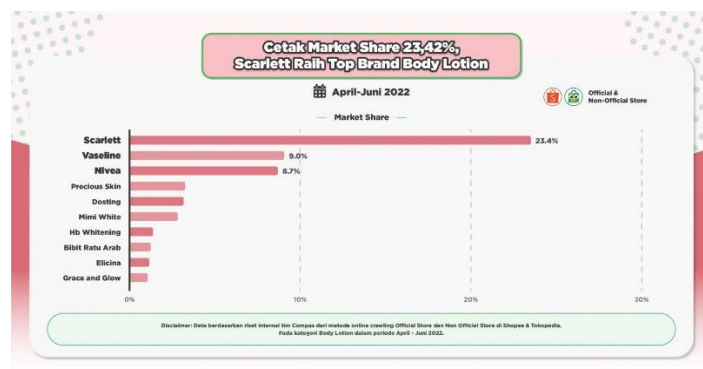
Dalam istilah Ekonomi Islam, seorang konsumen dapat mencapai kepuasan dengan adanya masalah, yang didapat melalui keberkahan dalam mengkonsumsi. Konsep kepuasan konsumen juga dijelaskan dalam QS. Al-Imran ayat 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya, *“Maka disebabkan Rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang – orang yang bertawakkal kepada-Nya.”*

Pasar kosmetik global kini berkembang cukup pesat, tidak terkecuali Indonesia. Kemajuan ekonomi, sosial budaya, dan teknologi telah mengubah gaya hidup masyarakat. Dimulai dari fashion dan perawatan kulit, perkembangan tersebut telah melahirkan beragam produk perawatan kecantikan yang menjadi kebutuhan setiap orang, terutama wanita. Industri

perawatan kecantikan dan kosmetika memiliki daya saing yang tinggi akibat perkembangan ketiga bidang tersebut. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya produk kosmetik dari berbagai merek yang beredar di pasaran, baik merek lokal maupun impor. Oleh karena itu, perusahaan kosmetik harus terus menemukan cara baru dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. agar pelanggan dapat bertahan dalam lingkungan yang kompetitif.



Gambar 1. 1 Grafik *Brand Body Lotion Scarlett*

Sumber: *compas.co.id*. (2022)

Di antara produk body lotion lainnya, produk Scarlett menduduki peringkat 1 Top Brand, seperti terlihat pada Gambar 1.1. Hal ini menunjukkan bahwa jika dibandingkan dengan produk lainnya, produk body lotion Scarlett memiliki brand yang paling kuat dan sangat disukai pelanggan. Pelanggan dari segala usia, mulai dari remaja hingga dewasa, seringkali tertarik untuk membeli produk body lotion Scarlett. Hal ini terutama berlaku bagi anak-anak yang mendambakan memiliki kulit yang bercahaya dan

mulus. Selain itu, pelajar yang merawat kulitnya akan tampil lebih baik dengan wajah halus, bersih, menarik, dan bebas cacat (Laili dan Canggih, 2021).

Data pada grafik berikut dikumpulkan melalui investigasi internal tim Kompas melalui penjelajahan internet baik di pengecer resmi maupun tidak resmi. Merek global Nivea telah diambil alih oleh body lotion Scarlett. Dengan pangsa pasar 23,4%, merek lokal Scarlett mendominasi penjualan kategori body lotion dengan margin yang signifikan (compas.co.id. 2022). Alasan penulis memilih merek body lotion Scarlett adalah karena para remaja kini menjadi penggemar berat produk-produk perusahaan yang inovatif, berkualitas tinggi, dan dengan harga terjangkau.

Pasar kecantikan penuh dengan hal-hal yang mengerikan, seperti barang-barang non-BPOM, oleh karena itu kita harus berhati-hati dalam membeli. Richard Lee, seorang dokter kulit, menyatakan bahwa menggunakan krim tubuh yang meragukan dapat menyebabkan berbagai masalah kulit. Hal ini berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan (Rauf 2022).

Sebuah perusahaan bernama Scarlett Whitening menawarkan barang-barang berkualitas tinggi yang lebih berharga dibandingkan para pesaingnya. Scarlett Body Lotion merupakan produk yang digunakan untuk perawatan kulit luar. Karena mengandung glutathione, antioksidan terbaik, produk body lotion Scarlett memiliki keunggulan mampu memutihkan, mencerahkan,

melembabkan, dan meratakan warna kulit secara efektif jika digunakan secara rutin. Juga membantu melindungi kulit dari polusi ketika remaja memiliki kulit yang lebih sensitif, seperti debu, sinar matahari, dan asap kendaraan, serta membantu melindungi kulit dari faktor-faktor yang memberatkan tersebut.

Karakter atau spesifikasi suatu produk yang berkaitan dengan kemampuannya untuk memuaskan permintaan konsumen disebut kualitasnya. Pemasaran produk, atau kemampuan untuk menjelaskan tujuan suatu produk kepada pihak ketiga, sangat bergantung pada kualitas produk. Tentu saja pembeli tidak akan membeli barang jika kualitasnya buruk (Ramdhani dan Widyasari, 2022). Salah satu daya tarik barang pasar adalah kualitas produk, yang merupakan pertimbangan penting ketika melakukan pembelian dan mempengaruhi kebahagiaan pelanggan. Pelanggan kemungkinan besar akan membeli kembali suatu produk jika mereka puas dengan kualitasnya (Laili dan Canggih, 2021). Oleh karena itu, Scarlett Whitening berdedikasi untuk menawarkan produk berkualitas tinggi, seperti body lotion yang meningkatkan kesehatan, kecerahan, dan nutrisi kulit.

Aspek kebahagiaan pelanggan ditentukan oleh beberapa hal selain kualitas produk. Selain itu, merek dapat membantu pelanggan dalam mengenali fitur dan keunggulan suatu produk (Ramdhani dan Widyasari, 2022). Bahkan ketika dua produk menawarkan manfaat yang sebanding, pembeli lebih cenderung memercayai produk dengan merek tertentu

dibandingkan produk tanpa merek. Produk dengan brand image terbaik seringkali dipilih konsumen (Laili dan Canggih, 2021).

Ingatan kolektif konsumen terhadap suatu produk membantu mengembangkan pandangan mereka terhadap produk tersebut, yang dikenal sebagai citra merek Tjiptono (2015:49). Citra sebuah merek adalah ringkasan dari asosiasi dan kesan yang dimiliki pembeli terhadap merek tersebut. Citra merek dibentuk oleh pengamatan dan kesan konsumen, yang tercermin dalam asosiasi atau ingatan mereka. Citra merek mengacu pada bagaimana konsumen melihat sebuah merek, yang membantu dalam mengingat konotasi merek. Pandangan konsumen terhadap suatu merek yang terlintas dalam pikiran ketika mengingat suatu produk tertentu dikenal sebagai citra merek. Perusahaan lokal Indonesia bernama Scarlett Whitening membuat kosmetik yang disetujui Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), bebas dari kekejaman terhadap hewan, dan tidak pernah diuji pada hewan hidup. Felicya Angelista, artis berwajah cantik dan bercahaya, mendirikan Scarlett (Laili dan Sophisticated, 2021).

Apabila produk dapat memberikan kualitas, kebersihan, dan keamanan, maka konsumen pun akan merasa puas. Sertifikasi halal LPPOM MUI merupakan salah satu bentuk jaminan. Permintaan barang halal meningkat di Indonesia, dengan populasi Muslim yang cukup besar (87,18% dari 232 juta orang) (Routers, 2018). Oleh karena itu, organisasi sertifikasi halal memainkan peran penting dalam memastikan produk halal dijamin secara konsisten di Indonesia (Laili dan Advanced, 2021).

Untuk melindungi umat Islam dan mencegah mereka menggunakan atau menelan segala sesuatu yang dilarang, pelabelan halal pada barang yang dipasarkan di Indonesia sangatlah penting (Nupuspitasari, Hardinawati, dan Subagio 2022). harus dapat memuaskan kebutuhan pelanggan untuk memastikan bahwa mereka merasa nyaman menggunakan produk. Selain label halal, komponen produk juga menjadi daya tarik utama bagi pelanggan, khususnya umat Islam, yang kemungkinan besar akan membeli kembali produk tersebut (Laili dan Canggih, 2021). Pelanggan Muslim harus sangat memperhatikan isi produk, karena susunan kemasan sering kali menunjukkan kehalalan suatu produk. Telah ditegaskan dalam seluruh Islam bahwa apa pun yang dibeli atau dikonsumsi oleh seorang Muslim harus halal dan thayyiban, atau halal dan bermutu (Q.S. Al – Baqarah ayat 172).

Kebahagiaan pelanggan dapat terwujud jika bisnis mengutamakan penawaran layanan dan produk berkualitas tinggi. Jika produk dapat memberikan kualitas, kebersihan, dan keamanan, maka kebahagiaan konsumen juga dapat tercapai (Malian 2021). Kepuasan pelanggan dipandang sebagai kebutuhan yang harus dipenuhi oleh bisnis karena dapat menjadi tolok ukur untuk menentukan apakah pelanggan akan tetap menggunakan merek tertentu atau bahkan beralih ke merek lain (Laili dan Canggih, 2021). Kepuasan konsumen menurut Daryanto dan Setyobudi (2014) dalam (Karina dan Sari, 2021) adalah evaluasi emosional pelanggan setelah menggunakan suatu produk, asalkan persyaratan dan harapan pengguna terpenuhi. Perusahaan akan memperoleh keuntungan dari kepuasan yang dihasilkan

dalam bentuk hubungan pelanggan yang positif, yang akan meningkatkan kemungkinan pelanggan akan melakukan pembelian di masa depan. Derajat kesenangan yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan apa yang diterimanya dengan harapannya dikenal dengan istilah kepuasan pelanggan (Umar 2015). Kepuasan pelanggan dapat diukur berdasarkan faktor-faktor berikut: (a) kepuasan; (b) kecenderungan untuk membeli kembali; (c) kesediaan untuk menyarankan; dan (d) kepuasan terhadap produk karena memenuhi harapan.

Niat membeli kembali mengacu pada niat dan perilaku pelanggan untuk melakukan pembelian tambahan suatu produk karena kepuasan mereka terhadap pemenuhan kebutuhan mereka. Menurut Zullaihah dan Setyawati (2021), niat membeli kembali adalah perilaku yang ditunjukkan klien sebagai reaksi terhadap suatu barang yang menunjukkan keinginannya untuk melakukan pembelian berulang. Tahap di mana pelanggan kemungkinan besar akan mengambil tindakan sebelum melakukan pembelian dikenal sebagai minat pembelian kembali. Diperkirakan bahwa dengan membangkitkan minat konsumen untuk membeli kembali suatu produk, mereka pada akhirnya akan memilih untuk membeli kembali produk tersebut di kemudian hari. Minat beli kembali dapat terjadi ketika pelanggan merasa puas dengan barang yang digunakan atau dikonsumsi. Membeli kembali konsumen adalah tujuan penting untuk kesuksesan bisnis; Menurut Zullaihah dan Setyawati (2021), biaya untuk mendapatkan klien baru lebih tinggi dari pada biaya untuk mempertahankan klien yang sudah ada. Karena lebih mahal

untuk mendapatkan pelanggan baru daripada mempertahankan pelanggan lama, maka pembelian ulang konsumen menjadi indikator kinerja utama bagi bisnis (Kusumadewi dan Saraswati, 2020).

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Maharani, dkk (2020)	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstcik Wardah)	Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
2.	Karina, dkk (2021)	Pengaruh Relationship Marketing Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mustika Ratu Pada Gerai DAN+DAN Jakarta	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek sangat berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan (Karina dan Sari, 2021)
3.	Laili, dkk (2021)	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Lebel Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya)	label halal memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Laili dan Canggih, 2021)
4.	Kusumadewi, dkk (2020)	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee Dan Tokopedia	Kepuasan Pelanggan Scarlet termasuk dalam kategori baik dengan nilai sebesar 72,21% (Kusumadewi dan Saraswati, 2020)
5.	Anwar, dkk (2021)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-commerce Shopee	Minat Beli Ulang ini memiliki pengaruh positif dapat tiga variable tersebut (Nurlaela Anwar dan Ananda Wardani, 2021)



Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu adanya penambahan variabel baru yaitu minat pembelian kembali, objek penelitian pengguna *body lotion Scarlett* di Kota Yogyakarta. Penelitian terbaru sering melibatkan penambahan variabel baru yang belum ada pada penelitian terdahulu. Sehingga lebih memperluas cakupan dan menambah pemahaman lebih mendalam. Objek penelitian yang berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu untuk mengeksplorasi objek baru yang belum pernah atau yang masih sedikit diteliti sebelumnya. Dan perbedaan lokasi juga, penelitian ini berlokasi di Kota Yogyakarta untuk memperluas cakupan geografis peneliti, sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti, serta memperhitungkan perbedaan konteks sosial atau lingkungan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian. Selain itu penambahan variabel minat pembelian kembali dan perbedaan objek penelitian dan lokasi dalam penelitian ini dapat memperluas pemahaman baru tentang fenomena yang diteliti serta memberikan kontribusi baru terhadap pengetahuan di bidang tersebut.

Para pengguna produk *body lotion Scarlett* akan menjadi subjek utama penelitian ini. Produk di bidang perawatan tubuh yang termasuk dalam rangkaian produk perawatan kulit terkenal disebut *body lotion Scarlett*. Selain itu, produk *body lotion Scarlett* memiliki porsi yang cukup besar di pasar Indonesia. Selain itu, produk *body lotion Scarlett* sangat dicari oleh konsumen karena harganya yang murah dan kualitasnya yang luar biasa (Rauf, 2022).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan data pada pendahuluan diatas menunjukkan bahwa *market share* sebesar 23,42% minat terhadap produk *Body Lotion Scarlett*. Yang menyatakan bahwa produk ini berada di urutan paling atas diantara produk lainnya. Namun masih terdapat permasalahan yang menyebabkan konsumen beralih pada produk lain. Seperti tidak semua jenis kulit cocok menggunakan *body lotion Scarlett* dan faktor lainnya. Sehingga disini peneliti ingin mengetahui kualitas produk, citra merek dan label halal, memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada minat pembelian kembali.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta?
2. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta?
3. Apakah label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta?
4. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian kembali *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta?

5. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian kembali melalui kepuasan konsumen *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta?
6. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian kembali melalui kepuasan konsumen *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta?
7. Apakah label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian kembali melalui kepuasan konsumen *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap kepuasan konsumen *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat pembelian kembali *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat pembelian kembali melalui kepuasan konsumen *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta.

6. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat pembelian kembali melalui kepuasan konsumen *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta.
7. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap minat pembelian kembali melalui kepuasan konsumen *body lotion Scarlett* di kota Yogyakarta.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Kami percaya bahwa para pembaca dan peneliti di masa depan akan menemukan penelitian ini berharga sebagai referensi dan akan membantu kita untuk lebih memahami aspek-aspek apa saja yang mempengaruhi kualitas produk, citra merek, dan labelisasi halal terhadap kepuasan konsumen dan minat pembelian kembali. Bidang pemasaran dan perilaku konsumen akan mendapatkan manfaat dari temuan penelitian ini, yang dapat mengarah pada teori yang lebih komprehensif dan pemahaman yang lebih baik.

2. Manfaat Praktis

1. Sebagai rujukan bagi pihak yang berkepentingan langsung dengan hasil penelitian ini.

2. Diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dimasa yang akan datang dalam pengembangan penelitian selanjutnya.
3. Kualitas produk, citra merek, dan dampak Label Halal terhadap kepuasan pelanggan dan minat pembelian kembali merupakan area yang dapat memperoleh manfaat dari temuan pada penelitian ini.

### **1.6 Batasan Penelitian**

1. Objek yang diteliti adalah kualitas produk, citra merek, dan label halal terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada minat pembelian kembali.
2. Yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu Pengguna *body Lotion Scarlet* di Kota Yogyakarta.
3. Penyebaran kuisisioner menggunakan metodologi *purposive sampling*, penelitian ini memakai metodologi kuantitatif untuk mengumpulkan data. Pengujian instrument menggunakan software PLS.