



BAB I

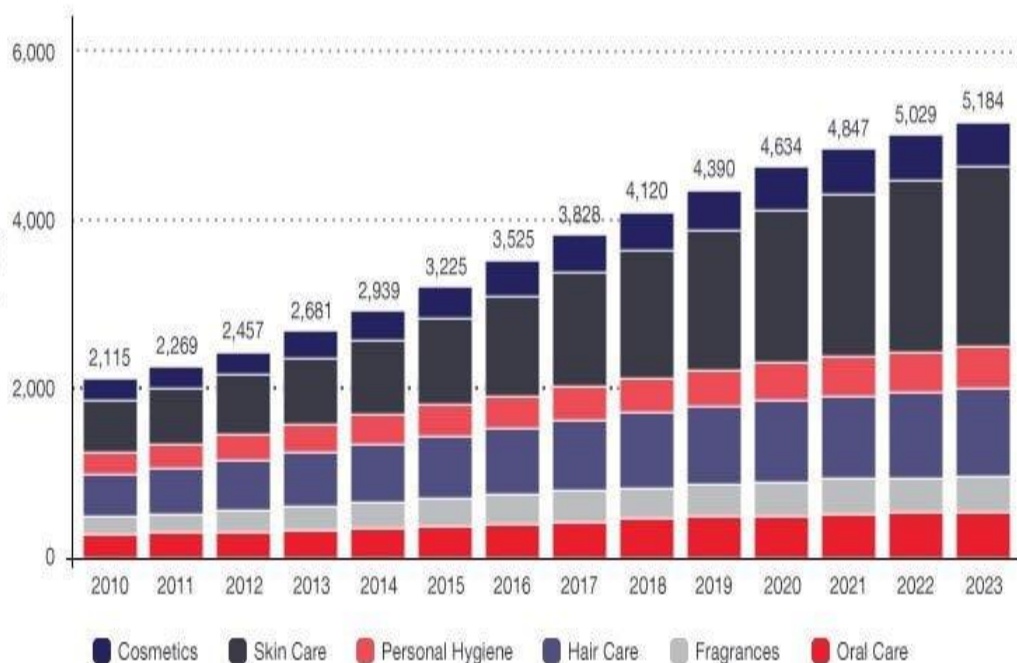
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri kecantikan mengalami perkembangan sangat cepat, terutama di bidang skincare. Skincare adalah urutan pemakaian produk yang membantu menjaga kondisi kulit, untuk meningkatkan performa dan memperbaiki kondisi kulit. Pentingnya perawatan kulit sejak dini adalah untuk mengurangi risiko berbagai masalah kulit, menutrisi kulit wajah dan mencegah penuaan dini.

Gambar 1. 1

Potensi Pasar Kecantikan di Indonesia



Source: Ekles Clinic



Dari gambar 1.1 permintaan terhadap produk perawatan kulit mengalami peningkatan setiap tahunnya. Survei terbaru yang dilakukan ZAP Health Clinic (PT Zulu Alpha Papa) dalam rangka ZAP Beauty Index 2020 menunjukkan bahwa masyarakat semakin sadar akan pentingnya perawatan kulit dan metode kecantikan sejak usia dini.

Di Indonesia sudah banyak bermunculan produk skincare. Salah satunya adalah Skintific. Skintific adalah brand skincare asal Kanada yang diformulasikan oleh sekelompok ilmuwan. Skintific memberikan solusi untuk mengatasi masalah skin barrier dengan produknya. Skin Barrier merupakan lapisan luar kulit yang keras dan terikat untuk melindungi kulit. Ketika pelindung kulit rusak, kulit menjadi lebih rentan mengalami peradangan, kekeringan, pengelupasan, kemerahan, sesak, dan kulit sangat berminyak

Skintific melakukan inovasi merujuk pada kemajuan atau perkembangan baru dalam bidang perawatan kulit yang didasarkan pada penelitian ilmiah dan teknologi terkini. Ini bisa mencakup pengembangan formulasi baru dengan bahan aktif yang lebih efektif, pengenalan teknologi canggih dalam perangkat perawatan kulit, atau penemuan metode baru dalam merawat dan melindungi kulit.

Skintific menggunakan teknologi TTE (Trilogy Triangle Effect) dalam produknya. Skintific tidak hanya cepat mengatasi masalah kulit wajah, tetapi juga melembabkan kulit, menenangkan kulit, dan menjaga skin barrier. Skintific diproduksi secara ilmiah menggunakan Trilogy Triangle Effect (TTE) yang telah dipatenkan.

Produk skincare Skintific cenderung mengandung bahan-bahan aktif untuk memberikan manfaat tertentu pada kulit. Beberapa contoh bahan aktif yang umum dalam skincare Skintific meliputi retinoid, asam hialuronat, vitamin C, AHA dan BHA, peptida, dan antioksidan. Produk-produk Skintific terdiri dari berbagai macam jenis perawatan kulit, seperti pembersih wajah, toner, serum, pelembap, sunscreen, masker, acne spot treatment



Gambar 1.2

Merek Terbaik Perawatan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Disclaimer: Data berdasarkan Kompas Dashboard- Kategori perawatan wajah- Shopee & Tokopedia- Official Store Only-Periode April - Juni 2022

Source: Kompas Dashboard

Dari gambar 1.2 untuk kategori perawatan wajah di E-Commerce, skintific meraih angka penjualan sebesar Rp44,4 miliar selama periode bulan April – Juni 2022.

Menurut Kotler (2022: 444), loyalitas pelanggan merupakan hasil dari upaya perusahaan untuk memberikan produk, layanan, dan pengalaman merek yang positif secara konsisten. Peningkatan kemampuan konsumen dapat membantu perusahaan memperoleh loyalitas pelanggan yang kuat, tetapi hal itu juga membawa tantangan. Apa pun yang terjadi,



pemasar harus tetap terhubung dengan pelanggan mereka dengan memberikan informasi, membuat mereka terlibat, dan bahkan memberi mereka energi dalam prosesnya.

Dengan banyaknya merek perawatan kulit yang memasuki pasar, persaingan akan semakin ketat. Dengan adanya persaingan, maka brand perawatan kulit harus bisa mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Apabila tidak dapat mempertahankan loyalitas pelanggan maka perusahaan akan kehilangan pelanggan dan terjadi penurunan pendapatan perusahaan yang berpengaruh pada kesuksesan perusahaan. Karena persaingan ini, dua faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga dan kualitas produk.

Pertama adalah kualitas produk. Pratama *et al.* (2023: 29) mengatakan kualitas produk adalah kemampuannya untuk melakukan fungsinya dengan baik, seperti keawetan, ketepatan, keandalan, kemudahan untuk digunakan, dan perbaikan. Kotler dan Keller (2022: 412) mengatakan bahwa perusahaan dapat menggunakan berbagai cara untuk mempertahankan pertumbuhan pangsa pasar yang pesat saat ini.

Kualitas produk sangat penting karena berdampak pada loyalitas pelanggan. Produk berkualitas tinggi cenderung memenuhi harapan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Peluang konsumen untuk menjadi loyal terhadap merek atau produk meningkat seiring dengan kualitas produk.

Pelanggan cenderung tetap setia jika mereka puas dengan kualitas produk yang dibeli. Pelanggan yang puas dengan barang yang mereka beli lebih cenderung untuk membeli kembali barang tersebut. Pengalaman positif dengan produk juga dapat menciptakan ikatan emosional dan meningkatkan kemungkinan pelanggan akan merekomendasikan produk kepada orang lain.



Gambar 1.3

Keluhan Terhadap Kualitas Produk Skincare Skintific

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institt Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ghinacl
25 - 29
Combination, Light, Cool

10 May 2022

★★★★★

ghinacl doesn't recommend this product!

Sayang sekali sih gak cocok di aku. Untungnya beli yang size mini buat sekeda coba jadi gak begitu rugi. Teksturnya padahal ringan cocok banget buat daily. Cepat meresap dan mudah diratakan ke kulit wajah cuman aku kurang suka sama efeknya agak panas di mukaku dan bikin bruntusan. Trus muka malahan jd agak kusam. Akhirnya aku stop pemakaian karena gak cocok.

emarelitas
19 - 24
Oily, Medium Dark, Warm

04 Apr 2022

★★★★★

emarelitas doesn't recommend this product!

Mohon maaf, ku akui untuk fw ini aku gak cocok 😭 aku terus2 nyari kandungan yang bikin muka aku breakout parah tapi aku pun bingung. Awal make enak2 aja, tapi dirahang dibuat kaya kerumutan dan lama2 jd jerawat merah + batu gitu 😭 asli sakit sih. Mungkin di lain cocok, tp di aku kurang berjodoh. Sedih sih, padahal lg balik ke basic skincare. Tapi tetap ku habiskan walaupun makin banyak

ablaald

02 Jun 2022

★★★★★

ablaald doesn't recommend this product!

Sedih banget bener2 baru pertama kali pake besok nya langsung bruntusan merah2 gitu di dahi dan muka jadi kusam ampun deh niat nya nyari pelembab yg lebih affordable malah bikin jerawatan huhuuu padahal udah berharap cocok liat orang2 dgn kulit sensitif dan acne prone pada cocok ?

ivanaazaria
19 - 24
Combination, Light, Cool

09 Dec 2022

★★★★★

ivanaazaria doesn't recommend this product!

Sally sunscreen ini ga cocok di kulit aku karena bikin berminyak dan pori2ku jadi tersumbat padahal baru dipake sekali. Bikin muka jd kusam juga begitu di apply. My skin is very sensitive jd pas pake jg kelihatan agak memerah. Untuk price wise lumayan mahal sih buat ukuran segitu

Hieldaa
19 - 24
Oily, Medium Dark, Cool

29 Apr 2022

★★★★★

Hieldaa doesn't recommend this product!

yg kulit nya berminyak say no untuk produk satu ini di muka ku bikin gressy parah sampe panas panas nggak tau kenapa selang 15 menit gatel gatel seluruh wajah sampe merah merah, sebelumnya gak pernah break out separah ini dan di kulit aku kelihatan kusem gitu padahal tertarik banget sama klaim nya :(

Hamsah
19 - 24
Oily, Medium, Neutral

30 Apr 2022

★★★★★

Hamsah doesn't recommend this product!

Ini produk sangat tidak recommended buat kalian yang punya kulit sensitif,soalnya ini bakal bikin wajah kalian merah,ketarik,and gatel
Ini merupakan pengalaman pertama kali saya make,ga cocok iritasi..ujung2nya buang² duit

Source : Female Daily



Dari gambar 1.3 terdapat beberapa keluhan pelanggan terhadap kualitas produk skincare skintific, yaitu breakout, beruntusan, kusam, membuat wajah ketarik, gatal, iritasi, wajah panas, timbul jerawat.

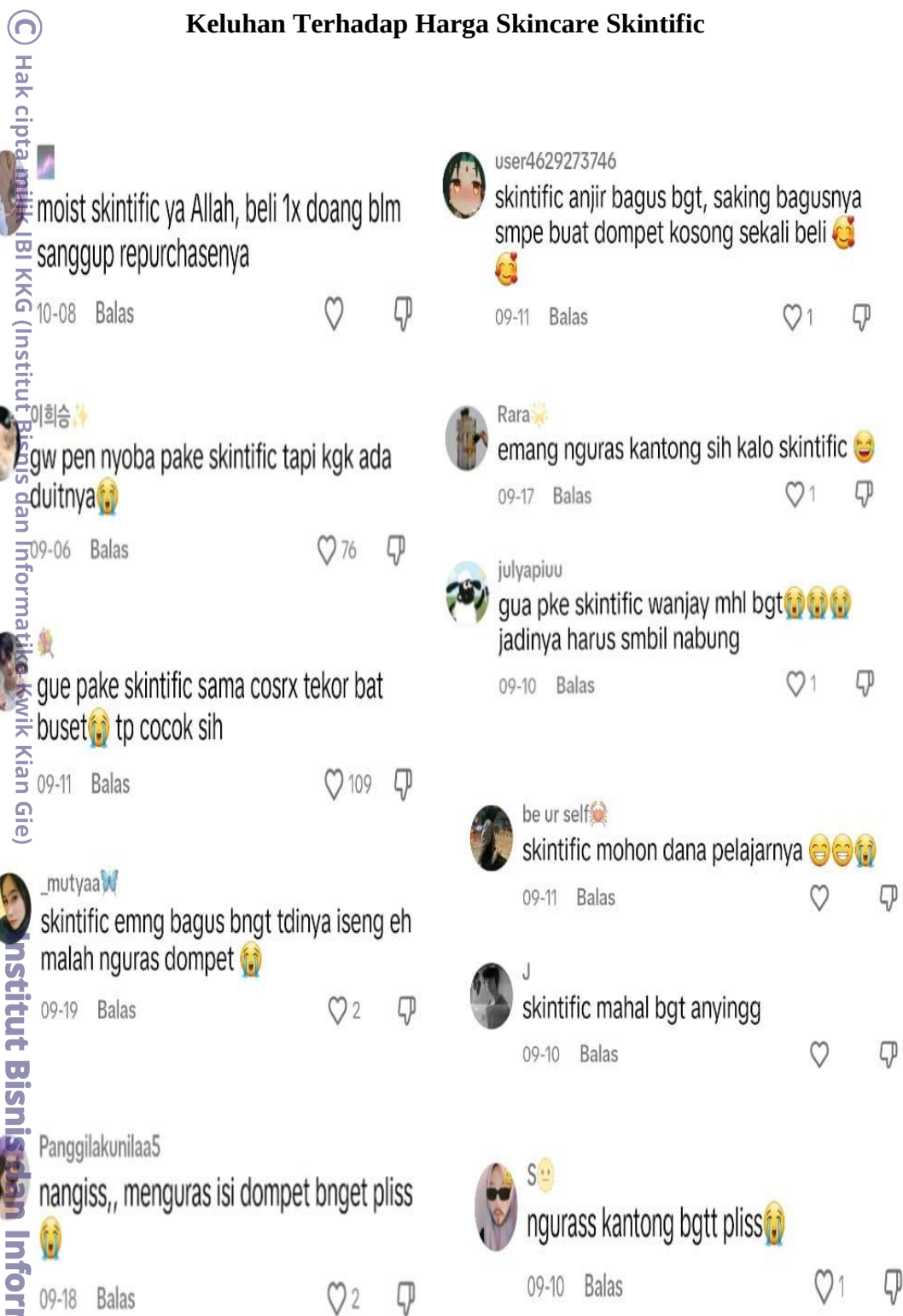
Kedua adalah harga. Kotler dan Keller (2022: 284) menyatakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen pemasaran yang menghasilkan keuntungan, sedangkan elemen lainnya membentuk biaya. Memilih harga menjadi lebih sulit karena kondisi ekonomi dan teknologi yang terus berubah. Menurut Pratama *et al.* (2023: 24), pengeluaran yang harus dilakukan pembeli untuk mendapatkan barang disebut harga. Harga juga penting bagi produsen karena menentukan tingkat laba perusahaan, atau kelangsungan hidup perusahaan.

Pelanggan akan mungkin tetap setia jika merasa menerima kualitas produk yang sesuai atas harga yang dibayar. Harga yang bersaing atau memberikan nilai yang sesuai akan menaikkan loyalitas pelanggan, namun perubahan harga yang signifikan atau persepsi bahwa harga tidak sebanding dengan nilai atau kualitas dapat merusak kesetiaan pelanggan.

Pertimbangan harga, salah satu aspek penting pada kesetiaan pelanggan dalam konteks persaingan pasar yang semakin ketat. Penetapan harga yang tepat dapat berdampak signifikan terhadap kesetiaan dan tingkat retensi pelanggan. Pelanggan cenderung membeli ulang produk jika harganya sesuai dengan nilai yang diterima. Maka, penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan posisi merek di pasar dapat membantu mempertahankan dan memperkuat loyalitas pelanggan. Penting bagi perusahaan untuk melakukan penelitian pasar dan memahami preferensi dan sensitivitas harga pelanggan mereka untuk mengembangkan strategi harga yang efektif dalam rangka memperkuat loyalitas pelanggan dan mencapai keunggulan bersaing dalam pasar yang kompetitif.

Gambar 1. 4

Keluhan Terhadap Harga Skincare Skintific



Source : Tiktok



Dari gambar 1.4 terdapat beberapa keluhan pelanggan terhadap harga produk skincare skintific, yaitu menguras kantong, harga mahal, tidak sanggup membeli kembali.

Hasil penelitian Maulidio dan Dwiastanti (2022), menjelaskan harga serta kualitas produk memengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Bulan dan Sriwulan (2021), menjelaskan harga serta kualitas produk memengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan.

Penelitian tidak sejalan dilakukan oleh Novitawati *et al.* (2019), menjelaskan harga tidak memengaruhi loyalitas pelanggan. Windarto *et al.* (2023) melakukan penelitian serupa, dan temuan mereka menjelaskan kualitas produk tidak memengaruhi loyalitas konsumen.

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, kualitas produk dan harga memengaruhi loyalitas pelanggan. Beberapa kasus menyampaikan kualitas produk serta harga tidak memengaruhi loyalitas pelanggan. Maka, peneliti ingin meneliti apakah harga serta kualitas produk dapat memengaruhi loyalitas pelanggan skincare skintific.

B. Identifikasi Masalah

Berikut permasalahan penelitiannya:

1. Apakah kualitas suatu produk memengaruhi loyalitas pelanggan skincare skintific?
2. Apakah harga memengaruhi loyalitas pelanggan skincare skintific?
3. Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan untuk produk skincare skintific?

C. Batasan Masalah

Batasan yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas suatu produk memengaruhi loyalitas pelanggan skincare skintific?
2. Apakah harga memengaruhi loyalitas pelanggan skincare skintific?



D. Batasan Penelitian

Berikut ini adalah keterbatasan penelitian:

1. Produk skincare skintific akan menjadi objek penelitian.
2. Pelanggan yang pernah membeli produk skincare Skintific adalah subjek penelitian.
3. Lokasi dan wilayah penelitian adalah di Jakarta.

E. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian adalah "Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan skincare skintific?"

F. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian yaitu

1. Mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan skincare skintific.
2. Mengetahui pengaruh antara harga dan loyalitas pelanggan skincare skintific.

G. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian dilakukan yaitu

1. Untuk Peneliti

Penulis berharap penelitian ini menjadi bahan referensi, serta meningkatkan wawasan dan pengetahuan.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap penelitian memberikan manfaat melalui analisis yang dipaparkan kepada pihak terkait untuk memberikan informasi tambahan.



3. Untuk Perusahaan

Diharapkan penelitian ini akan memberi masukan kepada manajemen perusahaan untuk membangun strategi bisnis yang lebih baik.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.