

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Jaman sekarang perkembangan bisnis yang semakin dinamis serta perkembangan teknologi yang pesat berpengaruh terhadap perkembangan cara pandang konsumen. Indonesia sendiri merupakan negara dengan penduduk yang cenderung konsumtif dalam memenuhi keinginannya. Beberapa merek lokal, maupun luar negeri yang dipasarkan dalam negeri bersaing untuk memenuhi kebutuhan konsumen, salah satunya pada industri kosmetik. Alhasil, anak remaja saat ini sudah mulai mementingkan penampilan dan gaya hidupnya, hal ini tidak hanya *fashion*, melainkan *skincare* ataupun *makeup*. Untuk saat ini kosmetik sedang menjadi trend, bahkan untuk peminatnya sendiri tidak hanya kaum wanita melainkan semua gender.

Munculnya fenomena anak remaja menggunakan *skincare* dan *makeup* tidak hanya disebabkan oleh tren saja, tetapi juga oleh faktor kesehatan kulit, terutama pada remaja yang mengalami pubertas karena rentan terkena masalah kulit. Fungsi *skincare* sendiri tidak hanya untuk mempercantik penampilan diri kita, tetapi juga merawat kulit. Sedangkan untuk kosmetik sendiri telah mengalami perkembangan yang semakin pesat, selain itu kosmetik juga mengalami persaingan antar industri yang kompetitif. Kosmetik juga memiliki banyak jenis produk, seperti halnya *foundation*, *concealer*, *face*

primer, loose powder, BB Cream, blush on, eyeshadow, pensil alis, maskara, highlighter, eyeliner, lipstick, maskara, dan masih banyak lagi.

Jaman sekarang ini semua orang ingin tampil menarik dihadapan orang lain, terutama pada wanita. Tujuan mereka berpenampilan menawan adalah untuk memperbaiki penampilan mereka. Oleh sebab itu salah satu upaya untuk memperbaiki penampilan yang membuat dirinya merasa percaya diri dan menarik yaitu dengan cara mengoles beberapa produk kosmetik di wajahnya yang sesuai dengan kondisi kulit wajah pada setiap orang. Kosmetik sendiri mampu merubah penampilan wajah seseorang agar terlihat menarik, terlebih lagi pada perempuan yang ingin tampil cantik, sekaligus dapat memperlihatkan identitas dirinya secara sosial dimata masyarakat. Dibalik kekurangannya itu, kosmetik juga memiliki kekurangan, yaitu terhadap pemakai yang tidak sesuai dengan keadaan kondisi kulit mereka sendiri. Hal tersebut perlu diperhatikan lagi dengan komposisi bahan yang terkandung dalamnya sehingga dapat memberi efek pada wajah penggunanya.

Konsumen akan melakukan beberapa pertimbangan sebelum membeli produk kosmetik, salah satunya dari citra merek produk yang akan di beli. Untuk mendapatkan citra merek yang baik, maka perusahaan harus dapat membangun citra yang baik dan memberikan kualitas yang terbaik agar dapat mengambil hati para konsumen. Hal tersebut akan membuat konsumen menjadi lebih yakin dengan apa yang dipilihnya. Konsumen sendiri pastinya memiliki pandangan terhadap *brand image* yang menurut mereka produk itu baik karena jika *brand image* itu baik, maka konsumen akan selalu

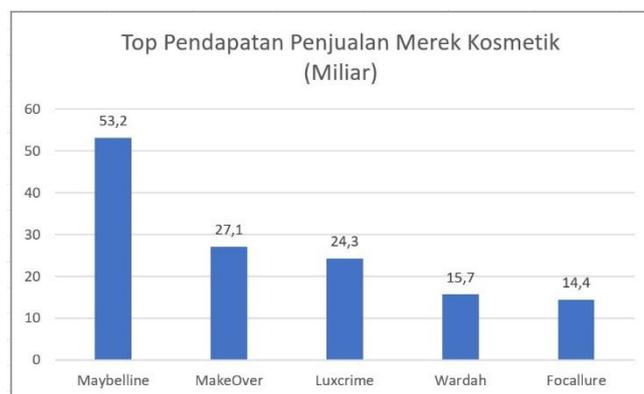
memikirkannya sehingga munculah ketertarikan pada produk itu sendiri, serta tidak mudah lupa.

Kualitas produk merupakan hal perlu diperhatikan setelah *brand image*. Kualitas produk memiliki nilai yang sangat berpengaruh terhadap konsumen, jika kualitas produk itu baik maka produk tersebut memiliki *value* yang lebih di mata konsumen, dampaknya konsumen akan menjadi puas dengan apa yang telah mereka pilih. Semakin baik kualitas produk dan *brand image* pada produk yang dibeli, maka dapat membuat konsumen menjadi lebih puas hingga mempengaruhi loyalitas konsumen tersebut. Pemikiran tersebut dapat muncul dibenak konsumen sehingga mereka tidak akan beralih ke produk lain. Kepuasan konsumen sendiri memiliki dampak yang baik bagi perusahaan karena dapat membuat konsumen untuk membeli kedua kalinya. Kualitas dalam pembelian produk yang berujung pada kepuasan konsumen, maka dapat dipercaya konsumen akan cenderung loyal pada merk itu. Banyak produk kosmetik yang memiliki kualitas produk yang baik serta memiliki label yang sudah halal salah satunya yaitu Maybelline

Perusahaan yang memiliki *brand image* yang baik dan memberikan produk yang berkualitas dapat membuat konsumen menjadi puas dengan apa yang dibelinya, hal tersebut dapat membuat konsumen menjadi loyal. Maka dari itu, perusahaan harus bersaing ketat di industri kosmetik karena banyak perusahaan yang bergerak dibidang serupa berlomba-lomba memperkuat, serta mempertahankan *brand image* dan kualitas produk itu sendiri. Salah satu perusahaan yang menjaga brand image dan kualitas produknya yaitu

Maybelline. Maka tidak dipungkiri lagi bahwa Maybelline selalu mempertahankan kualitasnya agar menghasilkan produk yang berkualitas dan menciptakan loyalitas konsumen, sehingga untuk kedepannya brand dari perusahaan tersebut akan tetap diingat dan di minati oleh konsumen untuk kebutuhan sehari-hari nya.

Brand Maybelline merupakan sebuah produk kosmetik yang sudah merambat ke dunia internasional, selain itu produk yang dikeluarkan oleh Maybelline juga sudah memiliki izin BPOM dan juga sudah bersertifikat halal MUI. Maka tidak diragukan lagi, bahwa penggunaan produk pada brand Maybelline sudah bisa dipastikan aman. Bahkan, di Indonesia sendiri sudah banyak orang yang menggunakan brand tersebut. Keunggulan brand Maybelline tidak hanya dari segi legalitas saja, melainkan juga pada segi kualitas yang baik dimata konsumen. Berikut merupakan daftar kosmetik berdasarkan Top Pendapatan Penjualan Merek Kosmetik pada tahun 2022 antara lain:



Sumber: (Haasiani, 2022)

GAMBAR 1.1.
Top Pendapatan Penjualan Merek Kosmetik 2022

Dari data diatas dapat kita lihat bahwa pada tahun 2022 produk Maybelline telah menduduki peringkat pertama dalam kategori Top Pendapatan Penjualan Merek Kosmetik 2022 sebesar 53,2 miliar kemudian disusul oleh Make Over 27,1 miliar dan dilanjutkan Luxcrime 24,3 miliar Wardah 15,7 miliar Focallur 14,4 miliar.

Perusahaan Maybelline untuk menjaga kualitas produk dan *brand image*, seringkali Maybelline melakukan inovasi pada setiap produknya agar mengikuti perkembangan serta tren yang eksis saat itu, sehingga hasil yang diperoleh dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut akan membuat konsumen merasa puas sehingga akan gampang untuk mengingat brand dan kualitas produk itu sendiri. Jadi, jika respon dari konsumen bahwa kualitas produk itu baik maka konsumen akan cenderung melakukan pembelian ulang dan berdampak menjadikan pelanggan yang loyal.

Topik dan model penelitian ini merupakan hasil replikasi ekstensi yang diangkat dari penelitian sebelumnya (Nandra & Nurhadi, 2022). Pada penelitian sebelumnya terdapat kesamaan antara variabel dan industri yang digunakan. Perbedaan yang diangkat yaitu pada objek dan jumlah hipotesis dimana dengan menambahkan 2 hipotesis untuk menguji variabel intervening.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *Brand Image* mempengaruhi kepuasan pelanggan pada produk Maybelline?

2. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan pada produk Maybelline?
3. Apakah *Brand Image* mempengaruhi pada loyalitas pelanggan pada produk Maybelline?
4. Apakah kualitas produk mempengaruhi pada loyalitas pelanggan pada produk Maybelline?
5. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi pada loyalitas pelanggan pada produk Maybelline?
6. Apakah *brand image* mempengaruhi loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada produk Maybelline?
7. Apakah kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada produk Maybelline?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh *Brand Image* terhadap kepuasan pelanggan pada produk Maybelline
2. Untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk Maybelline
3. Untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh *Brand Image* terhadap loyalitas pelanggan pada produk Maybelline
4. Untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk Maybelline

5. Untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Maybelline
6. Untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada produk Maybelline
7. Untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada produk Maybelline

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penulis agar dapat memberikan banyak manfaat baik secara teoritis dan praktis:

1. Secara Teoritis

Pada penelitian ini berharap dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan memperluas wawasan dalam melakukan penelitian khususnya pada topik “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Kosmetik Maybelline”.

2. Secara Praktis

Penelitian ini nantinya dapat bermanfaat dan dapat memperluas pengetahuan dalam topik “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Kosmetik Maybelline.