

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

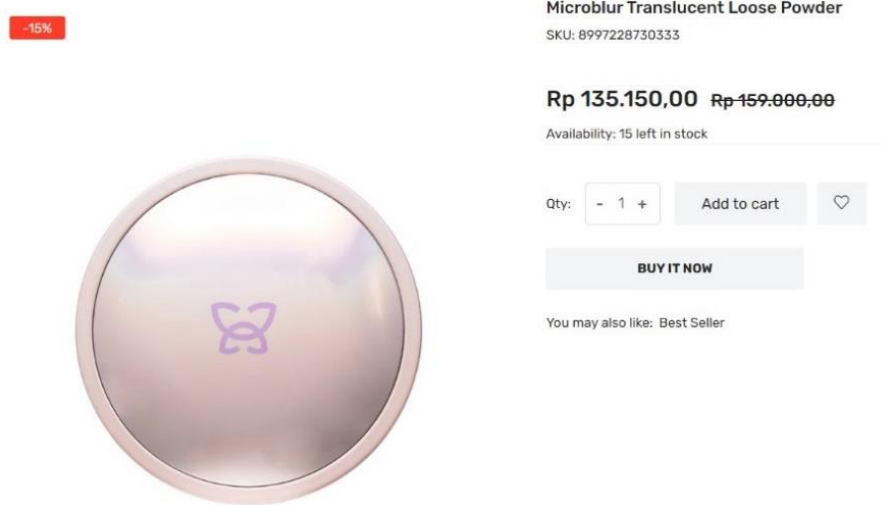
Industri kosmetik Indonesia kini berkembang pesat berkat partisipasi aktif pengusaha dan tokoh masyarakat, yang meningkatkan antusiasme di kalangan masyarakat. Peningkatan kebutuhan kosmetik dipicu oleh globalisasi dan modernisasi yang mengubah gaya hidup serta keadaan sosial dan budaya.

Sejak tahun 2021 hingga Juli 2022, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) mencatat di industri kosmetik meningkat dari 819 menjadi 913 perusahaan kosmetik di Indonesia, termasuk *Mother of Pearl* by Tasya Farasya. Secara global, Indonesia menempati peringkat ke-9 dunia dalam perkembangan industri kecantikan dan farmasi. Dengan pertumbuhan yang tinggi ini, menyebabkan masalah berupa persaingan bisnis antar perusahaan yang beroperasi di industri kosmetik. Persaingan ini bukan hanya soal produk dalam negeri, namun persaingan bisnis ini semakin besar dengan produk-produk dari luar negeri ke dalam negeri, yang memiliki masalah tersendiri dalam menjaga bisnisnya.

Priansa mengatakan bahwa bisnis yang dapat berkompetisi dengan memberikan nilai pelanggan lebih baik daripada pesaingnya akan lebih berdaya saing dan bertahan. [1] *customer value* terhadap produk *Microblur Translucent Loose Powder* dari merek *Mother of Pearl* by Tasya Farasya meningkat ketika nilai pelanggan yang lebih baik terpenuhi, yang mendorong pembelian konsisten dan sikap positif terhadap produk.

Karena persaingan bisnis yang ketat dalam produk *powder*, *Mother of Pearl* memberikan beberapa keunggulan untuk produk *Microblur Translucent Loose Powder* yang telah terjual puluhan ribu produk sehingga mampu bersaing dan bertahan dengan kompetitor. Beberapa keunggulan yang diberikan, yaitu *loose powder* yang dapat menghaluskan kulit, mengunci *make up*, tidak terasa berat atau kering, tidak menghasilkan *white cast* sama sekali, dan mampu mengontrol minyak, sehingga *make up* tahan lebih lama.

### *Microblur Translucent Loose Powder:*



Gambar 1. 1 *Microblur Translucent Loose Powder*

Ada faktor yang dapat mempengaruhi konsumen ketika mempertimbangkan loyalitasnya sehingga mereka konsisten dalam membeli produk yang sama yang sesuai dengan kebutuhannya. Pertama, konsumen mendapatkan keuntungan lebih dari apa yang mereka keluarkan untuk mendapatkan produk, kedua, harapan konsumen telah terpenuhi berdasarkan persepsi terhadap keandalan produk. Ketiga konsumen merasa mendapatkan keuntungan terus-menerus dalam menjaga hubungan dan timbal balik terhadap produk yang digunakan sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan, keempat konsumen dapat menilai produk yang telah dibeli sesuai dengan deskripsi dan kualitas yang diinginkan.

*Brand image* menggambarkan persepsi konsumen terhadap produk, meningkatkan kepercayaan diri mereka, menarik pelanggan, dan mendatangkan keuntungan berkelanjutan bagi perusahaan. Nama atau simbol yang terkait dengan produk atau layanan membangkitkan makna psikologis dari informasi dan pengalaman sebelumnya dengan merek. Citra merek memengaruhi loyalitas pelanggan, sementara Noor berpendapat bahwa citra merek tidak memengaruhi loyalitas terhadap produk "Rexona" di Banjarmasin. [2]

Perusahaan yang tidak memiliki reputasi merek yang positif dan kuat akan kesulitan menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Harga

memainkan peran penting dalam membina pelanggan setia selain meningkatkan loyalitas mereka. Uang yang dibayarkan pembeli kepada penjual untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka disebut harga.

Harga murah tidak menjamin loyalitas pelanggan. Beberapa pelanggan membandingkan harga produk sejenis dan memilih berdasarkan kebutuhan dan biaya. Produk yang lebih mahal seringkali terjual lebih baik karena hal-hal seperti komposisi, nilai, dan kesesuaian pasar. Perusahaan yang mampu menawarkan produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan konsumen memiliki kesempatan untuk menjaga *image* mereka saat mengembangkan produknya. Kualitas produk merupakan hal terpenting bagi sebuah perusahaan untuk dapat bersaing dengan kompetitornya sehingga konsumen yang telah membeli dan menggunakan produknya puas dengan apa yang mereka keluarkan.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, ada beberapa model loyalitas pelanggan seperti dari *brand image*, harga dan kualitas produk. Untuk mengetahui model loyalitas pelanggannya, maka penelitian ini mengambil judul “**Model Loyalitas Pelanggan pada Produk *Microblur Translucent Loose Powder* dari *Brand Mother of Pearl* by Tasya Farasya**”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, penelitian ini mendapatkan beberapa rumusan masalah, diantaranya:

- a. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Microblur Translucent Loose Powder* dari brand *Mother of Pearl*?
- b. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Microblur Translucent Loose Powder* dari brand *Mother of Pearl*?
- c. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Microblur Translucent Loose Powder* dari brand *Mother of Pearl*?
- d. Bagaimana model loyalitas pelanggan pada produk *Microblur Translucent Loose Powder* dari brand *Mother of Pearl*?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan diatas, penelitian ini mendapatkan beberapa tujuan, diantaranya;

- a. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Microblur Translucent Loose Powder* dari brand *Mother of Pearl*.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Microblur Translucent Loose Powder* dari brand *Mother of Pearl*.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Microblur Translucent Loose Powder* dari brand *Mother of Pearl*.
- e. Untuk mengetahui model loyalitas pelanggan pada produk *Microblur Translucent Loose Powder* dari brand *Mother of Pearl*.

### **1.4 Keterbatasan masalah**

Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan, penelitian ini membatasi lingkup yang berfokus pada bagaimana model loyalitas pelanggan pada produk *Microblur tranlucent loose powder* dari *brand Mother of Pearl* pada pelanggan yang telah puas dan melakukan pembelian ulang pada produk *Microblur translucent Loose powder* dari *brand Mother of Pearl*.

### **1.5 Sistematika penulisan**

Dalam skripsi ini, lima bab menjelaskan secara sistematis penelitian:

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Memberikan penjelasan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan proses penulisan.

#### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Menampilkan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian.

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Menggambarkan diagram alir penelitian dari awal hingga penyelesaian masalah.

### BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Menganalisis hasil penelitian, termasuk pengolahan data dan jawaban kuesioner.

### BAB 5 KESIMPULAN

Memberikan kesimpulan dan rekomendasi dari penelitian.