

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kecantikan merupakan suatu hal yang didambakan oleh wanita. Sejak usia muda wanita sudah mengenal perawatan kecantikan. Dan kini, baik remaja maupun orang tua mulai menaruh perhatian pada perawatan diri dan kecantikan, khususnya pada wajah yang merupakan daya tarik visual bagi orang lain yang melihat. Kecantikan yang para wanita inginkan pada umumnya tertuju pada kulit yang bersih dan *glowing*. Individu yang melakukan perawatan kecantikan memiliki pandangan tersendiri tentang memiliki kulit bersih, yaitu dapat menambah nilai kecantikan, meningkatkan kepercayaan diri serta mendapatkan kepuasan tersendiri. Produk-produk perawatan kecantikan yang memberi perubahan pada wajah menjadi lebih bersih dan bersinar lebih dipercaya oleh konsumen. Saat ini, telah beredar berbagai macam produk perawatan kulit, salah satunya adalah *skin care*. Produk ini dapat membantu para wanita dalam mempercantik diri, terutama bagi mereka yang mempunyai permasalahan dengan kulit jerawat, komedo, pori-pori dan keriput. *Skin care* adalah perawatan yang dilakukan untuk memperbaiki, memelihara dan mempertahankan kesehatan, keindahan serta menjaga keremajaan kulit wajah.

Saat ini di jabodetabek terdapat tren dalam perawatan kecantikan dimana para wanita mulai lebih memperhatikan perawatan diri, terutama pada wajah agar lebih bercahaya. Seorang artis yang juga sebagai pemilik *Scarlett* yaitu Felicya Angelista memanfaatkan tren yang sedang terjadi di kalangan wanita saat ini dimana permintaan akan *skin care* mulai meningkat dengan ide membuat produk kecantikan. *Scarlett* merupakan *brand* produk kecantikan yang didirikan oleh Felicya sekaligus *brand* lokal Indonesia yang berdiri sejak tahun 2017 dan telah memperdalam produk perawatan wajah dan inovasi yang sejalan dengan tren kecantikan. *Scarlett* telah merilis produk yang mudah digunakan dan aman untuk kulit wajah setiap hari. Produk *Scarlett* sendiri sudah terdaftar di BPOM RI, sehingga aman untuk digunakan oleh lapisan masyarakat.

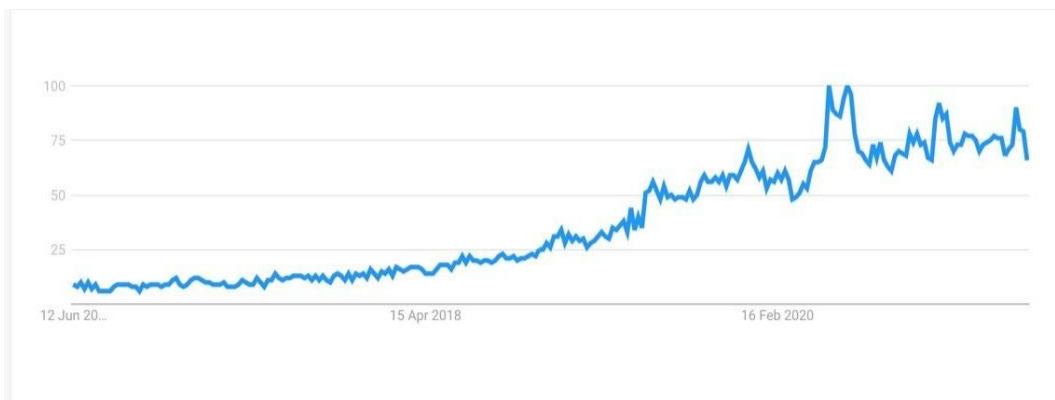


Figure 1.1 Skincare keyword search volume on Google in last 5 years, June 2020 Source: Google Trends, Keyword: Skincare

Pencarian *skincare* di mesin pencarian google mengalami peningkatan mulai dari 12 juni 2015 hingga 16 feb 2020. Fenomena ini memperlihatkan betapa tingginya antusiasme pasar pada produk kecantikan ini. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengambil topik penjualan skincare, terutama pada brand Scarlett Whitening yang merupakan salah satu Top brand skincare di Indonesia dengan peningkatan permintaan yang signifikan. Tentu saja banyak faktor yang mempengaruhi performa penjualan dari sebuah produk, yang paling utama adalah kualitas dan harga. Namun Scarlett Whitening sendiri memiliki cara yang unik dan berbeda dari brand lain nya yaitu dengan menggunakan *endorser* yang memiliki banyak pengikut di *social media* dalam mempromosikan produk.

Endorser adalah suatu bentuk periklanan dengan menggunakan selebriti yang diakui, dipercaya, dan dihormati orang lain. selebriti yang dipilih untuk menjadi pendukung bertanggung jawab untuk mempromosikan produk atau layanan perusahaan. *Endorser* biasanya merupakan orang yang dikenal masyarakat karena prestasi dan bakatnya sehingga dapat membantu menarik perhatian calon konsumen untuk mengetahui keberadaan brand tersebut. Sosok *endorser* diharapkan dapat memberikan informasi tentang produk dengan membentuk persepsi dan meningkatkan penjualannya terhadap keputusan pembelian. Tujuan dari *endorser* adalah untuk mendorong masyarakat agar berpartisipasi dalam menggunakan produk Scarlett dan diharapkan akan

berdampak positif pada citra produk. Ketika masyarakat menerima iklan produk yang ditawarkan, pada umumnya hal tersebut dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang diiklankan. Media sosial seperti Instagram, Tiktok, Youtube merupakan salah satu media yang dianggap sebagai cara yang paling efektif untuk mempromosikan suatu produk oleh *endorser*. Scarlett sekarang telah menjadi sebuah identitas untuk sebuah produk yang memiliki *unique selling point* dalam beriklan menggunakan celebrity *endorser*. *Endorser* akan mereview suatu produk sehingga calon konsumen akan percaya pada kualitas produk. *Scarlett* juga menggunakan selebriti dalam mengendorse produknya. Titik penjualan yang unik didapatkan oleh *scarlett* saat beriklan menggunakan celebrity *endorser*.

Kualitas produk yang ditawarkan oleh *Scarlett* diutamakan pada keamanan perawatan kulit wajah, dan mempertahankan kulit tetap lembab dan halus. *Scarlett* mempertahankan kualitas produknya dengan selalu memperbaiki formula dari setiap produk-produknya. Para wanita yang memiliki masalah dengan kulit yang kusam dan berjerawat memang bisa membuat rasa percaya diri turun, karna itu produk *scarlett* adalah salah satu *brand* yang terkenal dan untuk produk *Skin Care* untuk wajah yaitu *Brightly Ever After Serum* (Pink) untuk kulit normal/kusam, ini lebih cocok untuk wanita yang kulitnya tidak banyak masalah, dan mencerahkan kulit, Penggunaan serum ini memiliki kandungan niacinamide dan vitamin C yang mampu memberikan manfaat membantu mencerahkan kulit dan memudahkan noda hitam diwajah, bekas jerawat, dan membantu mengontrol kadar minyak berlebih di kulit, sedangkan *Acne Serum* (Ungu) lebih cocok untuk wanita yang kulitnya oily/berminyak, sedang berjerawat yang dapat mencerahkan dan kulit mulus. Penggunaan serum ini memiliki kandungan *tea tree water* bermanfaat untuk mengobati jerawat karena memiliki sifat antimikroba dan anti- inflamasi. Kandungan ini juga bisa membantu mencegah timbulnya jerawat baru dan mengurangi flek hitam akibat jerawat dan tidak mengandung parfum sehingga aman untuk kulit sensitif dengan produk yang mengandung wewangian.

Harga yang ditawarkan oleh *skincare* *Scarlett* tergolong harga yang murah sehingga hal tersebut menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen dalam membeli *Scarlett* dibanding dengan kompetitornya. Harga juga dapat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli suatu produk. Harga *scarlett* yang murah dengan harga

75 ribu dan kualitas produk bagus juga cocok untuk remaja maupun orang tua. Dengan harga yang tergolong murah calon konsumen diharapkan akan lebih memilih untuk membeli produk *scarlett* dibandingkan dengan produk lain.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dilihat bahwa celebrity endorser, kualitas produk dan harga merupakan salah satu faktor yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian berjudul **‘Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett DIJABODETABEK’**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Celebrity Endorser* Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett*?
2. Apakah Kualitas produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Scarlett*?
3. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett*?
4. Apakah Celebrity Endorser, Kualitas produk, Dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett.

4. Untuk mengetahui Celebrity Endorser, Kualitas produk, Dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett.

1.4. Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian diharapkan nantinya akan memberikan manfaat, dalam hal ini manfaat penelitian bagi:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama dibidang pemasaran tentang pengaruh endorser dan kualitas terhadap keputusan pembelian skincare.

2. Bagi Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan penulis dapat menerapkan ilmu yang telah membantu menerapkan keperawatan dengan kesiapan peningkatan pengetahuan tentang keperawatan kecantikan.

3. Bagi Kampus

Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menambahkan referensi STEI Jakarta. Selain itu, laporan hasil penelitian tersebut nantinya dapat memperbanyak daftar rujukan di perpustakaan STEI Jakarta sehingga bisa digunakan oleh dosen maupun mahasiswa dalam pembelajaran untuk mengetahui penerapan dari teori ke praktik.

4. Hasil Dari Penelitian

Hasil penelitian ini dapat diharapkan manfaat oleh manajemen perusahaan menerapkan strategi kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas pelanggan.