

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada produk yang di jual sangat menarik perhatian masyarakat. Kecantikan kulit dan wajah merupakan salah satu yang perlu diperhatikan oleh perempuan khususnya para remaja. Kecantikan juga sangat indetik dengan perempuan yang dimana sejak dahulu sudah di bentuk oleh masyarakat dan menjadi salah satu kontrol sosial bagi perempuan. Seorang perempuan di tuntutan untuk memiliki fisik yang cantik agar dapat di terima oleh masyarakat. (Ramlawati & Lusyana, 2020).

Menurut sudut pandang dari masyarakat kecantikan yang ideal bagi perempuan itu tidak lepas dari pengaruh industri kecantikan global yang dapat menimbulkan kecenderungan terhadap industri kecantikan. Oleh karna itu, kulit dan wajah adalah bagian yang sangat terlihat dari segi penampilan yang harus di rawat dan di jaga. Bahkan penampilan dari perempuan juga sangat meningkatkan rasa kepercayaan diri. Maka dari itu *Skincare* dan *Bodycare* sudah menjadi salah satu produk yang sering di gunakan oleh para perempuan.

Jadi, setiap perempuan tentu saja ingin memiliki berpenampilan cantik untuk menunjukkan sebuah rasa percaya diri dalam setiap aktivitas sehari-hari. Penampilan bagi perempuan juga adalah salah satu prioritas utama. Yang di mana selain penampilan berpakaian, makeup, perawatan juga menjadi salah satu prioritas utama bagi para perempuan untuk mempercantik diri agar terlihat lebih menarik.

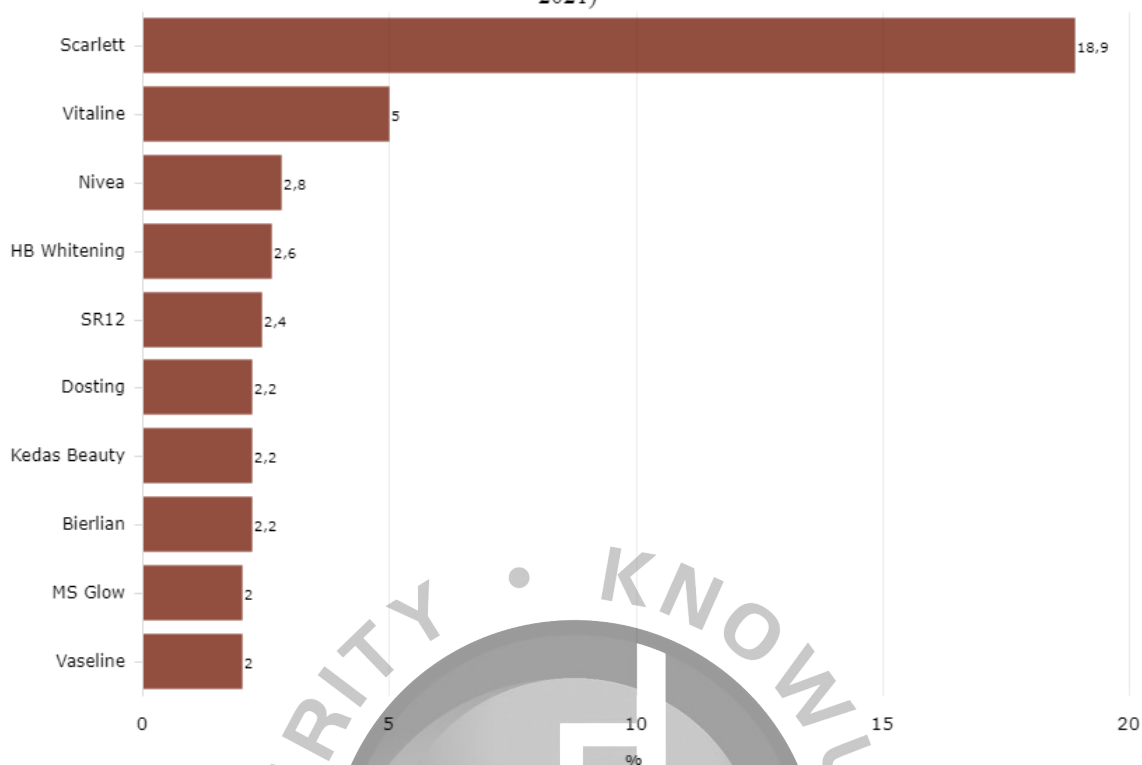
Di indonesia tepatnya pada zaman sekarang mulai bermunculan berbagai macam jenis produk kecantikan yang diproduksi dari dalam negeri ataupun luar negeri yang telah

berada di pasaran *E-commerce*. Hal ini juga membuat para kompetitor antara pasar industri semakin bersaing di dunia *E-commerce*. Salah satu yang banyak dicari oleh perempuan untuk mempercantik diri ialah *body lotion*. Perempuan Indonesia itu sangat menjaga kulitnya dari sinar matahari. Terutama di daerah tropis yang memiliki cuaca panas yang akan bisa merusak kulit menjadi kering, kusam, dan menghitam. Para perempuan ketika sudah mengalami seperti itu mereka akan memilih produk yang bisa memutihkan kulit atau yang bisa mencerahkan kulit.

E-commerce juga dapat artikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi dan jual beli barang. Servis dan informasi secara elektronik dalam melakukan *E-commerce* para pengguna internet menjadi salah satu alternatif dalam mencari barang (Anwar & Wardani, 2021). Apalagi di masa pandemic kemarin yang sedang meningkatnya yang di mana masyarakat mengharuskan lebih banyak menghabiskan waktu di rumah. Jadi, untuk para perempuan yang ingin merawat tubuh atau kulit harus dari rumah. Maka dari itu masyarakat menggunakan *E-commerce* sebagai akses untuk membeli suatu produk untuk merawat tubuh mereka selagi di rumah.

Para perempuan juga lebih sering menggunakan *E-commerce* untuk membeli peralatan rumah, pakaian, bahkan sampai produk kecantikan diri. Ada banyak *E-commerce* yang menjual berbagai produk kecantikan tetapi shopee tetap menjadi pilihan utama. Karena, shopee sering memberikan promo gratis ongkos kirim dan *cashback* yang berlimpah bahkan harga promo

10 Merek Produk Perawatan Tubuh Terlaris di Indonesia Menurut Pangsa Pasar (Shopee & Tokopedia) (Agustus 2021)



Gambar 1 10 Merek Produk Perawatan Tubuh Terlaris di Indonesia 2021

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industrikosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021>

Bisa di lihat dari industri kosmetik tumbuh (5,59%) dan ada beberapa merek perawatan tubuh yang telaris pada bulan Agustus tahun 2021 menurut pangsa pasar shopee dan tokopedia 2021. Untuk posisi pertama di duduki oleh produk Scarlett Whitening (18,9%), kedua Vitaline (5%), ketiga Nivea (2,8%), keempat HB Whitening (2,6%), kelima SRI2 (2,4%), keenam (Dosting (2,2%), ketujuh Kedas Beauty (2,2%), kedelapan Berlian (2,2%), kesembilan (2%) dan yang terakhir Vaseline (2%).

Scarlett Whitening adalah produk kecantikan lokal yang di miliki oleh selebriti bernama Felicia Angelista. Produk ini cukup terkenal dengan keunggulannya yang bisa mencerahkan kulit dan produk Scarlett juga sudah banyak Brand Ambassadorsnya sehingga banyak masyarakat yang tertarik. Produk Scarlett memiliki kandungan yang sudah teruji

BPOM dan Scarlett pun sudah mendapatkan penghargaan penguasa brand perawatan tubuh pada tahun 2021 sehingga aman di gunakan untuk kulit. Produk ini juga ampuh dalam memutihkan kulit tubuh, melindungi kulit dari polusi dan sinar UV serta mengandung *Glutathione* yaitu zat yang berfungsi untuk menerangi penyebab kerusakan di sel tubuh dan produk ini juga mengandung vitamin E. Produk Scarlett tidak hanya mengeluarkan *Body lotion* tetapi masih banyak produk yang di keluarkan dari produk Scarlett untuk merawat kecantikan.

Scarlett memanfaatkan marketplace dengan jumlah *followers* dalam akun *instagram* sebesar 5,6 juta dan jumlah *followers* di shopee sebesar 3,5 juta. Produk Scarlett melakukan penjualan secara online di shopee dengan Nama toko Scarlett Whitening Official Shop. Produk itu sendiri di jual dengan harga sekitar Rp 65.000 - RP 75.000 per produk. Sehingga banyak pembisnis muda bahkan sampai online shop lain menjadi reseller dari produk tersebut. Karena, dengan harga yang lebih murah jika bergabung menjadi reseller dan akan dapat keuntungan yang lebih besar. Toko tersebut adalah pusat produk Scarlett yang menjual berbagai produk untuk di jual kembali oleh reseller

Scarlett juga mendapatkan beberapa masalah selama menjual produk. Bisa di lihat dari kolom *review* di shopee tentang produk store online shop, kebanyakan dari konsumen yang sudah memakai produk ini merasa puas dari sisi kualitas dari produk. Karena, produk sudah memiliki kemasan yang mudah digunakan dan mudah dibawa saat bepergian. Bahkan konsumen juga merasakan manfaat yang diberikan saat memakai produk. Adapun konsumen yang tidak merasa puas contohnya seperti, tidak memiliki logo ataupun menandakan produk Scarlett sehingga para konsumen berfikir apakah produk ini asli atau palsu. Bahkan saat memesan untuk ke-2 kalinya merasa kecewa karena tekstur dari produk tersebut lebih cair dari biasanya berbeda saat pembelian di awal.

Selain dari sisi kualitas produk konsumen juga merasa kurang puas terhadap kualitas Pelayanannya. Yang dimana pelayanan juga sangat mempengaruhi dalam menjual suatu produk. Bahkan Scarlett dalam penanganan masalah yang dialami produk Scarlett yaitu saat admin Scarlett tidak merespon dengan cepat dan tidak sigap saat mendapatkan masalah yang dirasakan konsumen. Adapun pelayanan saat pengiriman barang pihak Scarlett tidak mengemas barang dengan baik sehingga menyebabkan kerusakan pada produk saat diterima konsumen.

Kepuasan pelanggan juga sangat bermanfaat untuk hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, pada saat konsumen membeli produk berulang dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Banyak perusahaan yang sukses dengan adanya konsumen yang merasa puas dengan produk yang dibeli dan Akan digunakan kembali.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh *Subjective Norms*, *Perceived Behavior Control*, *Knowledge*, *Health Belief*, dan *Perceived Value* Terhadap Melalui *Attitude* Terhadap *Repurchase Intention* dan *WOM Intention* (Studi kasus produk Scarlett Whitening di E-commerce shopee)”

1.2 Ruang lingkup Masalah

Metode dalam penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, pengambilan data yang dilakukan melalui kuesioner. Berikut ini adalah batasan yang dibuat oleh penulis dalam penyusunan penelitian:

1. Penelitian yang diteliti penulis berdasarkan pengembangan dari hasil penelitian Franceso Testa (2018). Penelitian ini dapat berbentuk modifikasi dari model atau modifikasi metode penelitian sebelumnya yaitu: *Subjective Norms*, *Perceived Behavior Control*, *Knowledge*,

Health Belief, Intention, Attitude, dan Actual Behavior. Kemudian di model penelitian sebelumnya dikembangkan menjadi *Subjective Norms, Perceived Behavior Control, Knowledge, Health Belief, Perceived Value, Attitude, Repurchase Intention, dan WOM Intention*.

2. Variabel independen yang ada dalam penelitian ini adalah *Subjective Norms, Perceived Behavior Control, Knowledge, Health Belief, Perceived Value, dan Attitude*. Dari enam variabel tersebut dipilih menjadi variabel independen karena dapat memberikan dampak nyata kepada variabel dependen.
3. Objek penelitian ini dikhususkan bagi para perempuan sekitar umur 16-30 tahun dan yang sudah menggunakan produk Scarlett Whitening. Penelitian ini Akan mengukur tingkat penilaian kepada produk tersebut sehingga konsumen minat beli kembali produknya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh positif *subjective norms* terhadap pembelian produk Scarlett Whitening?
2. Adakah pengaruh positif *perceived behavior control* terhadap pembelian produk Scarlett Whitening?
3. Adakah pengaruh positif *health belief* terhadap Pembelian produk Scarlett Whitening?
4. Adakah pengaruh positif *perceived value* terhadap Pembelian produk Scarlett Whitening?
5. Adakah pengaruh positif *attitude* terhadap Pembelian produk Scarlett Whitening sehingga menimbulkan *Repurchase Intention* dan *WOM Intention*?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka penulis memiliki maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji dan Menganalisis pengaruh positif *subjective norms* terhadap pembelian produk Scarlett Whitening?
2. Menguji dan Menganalisis pengaruh positif *perceived behavior control* terhadap pembelian produk Scarlett Whitening melalui e- commerce?
3. Menguji dan Menganalisis pengaruh positif *health belief* terhadap Pembelin produk Scarlett Whitening?
4. Menguji dan Menganalisis pengaruh positif *perceived value* terhadap Pembelian produk Scarlett Whitening?
5. Menguji dan Menganalisis pengaruh positif *attitude* terhadap produk Scarlett Whitening sehingga menimbulkan *Repurchase Intention* dan *WOM Intention*?

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan dapat memberikan hasil yang bermanfaat serta berguna bagi para pembaca dan perusahaan produk kecantikan. Manfaat yang diharapkan diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis

Hasil penelitian ini dapat diharapkan menjadi sarana untuk menambah ilmu dan pengetahuan yang diperoleh oleh penulis di Perguruan tinggi dan juga dapat memperluas wawasan pemikiran. Kemampuan pengamatan serta penganalisaan penulis terkait dengan peningkatan pembelian produk Scarlett Whitening yang terus meningkat sehingga membuat daya tarik konsumen untuk membeli.

2. Manfaat bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat diharapkan menjadi masukan dan referensi bagi pihak internal manajemen perusahaan dalam rangka mengelola produk kecantikan yang dapat meningkatkan produktivitas suatu perusahaan sehingga sesuai dengan tujuan yang ada di perusahaan.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan yang dibuat agar dapat memudahkan pembahasan penelitian ini secara praktis dan sistematis maka dibagi menjadi beberapa Bab, antara lain:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi dasar-dasar pemikiran yang menjadi landasan kerangka penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini dikemukakan dan jelas, ringkas dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang diteliti, seperti: penelitian terdahulu, uraian tentang landasan teori mengenai kepemimpinan, Kompensasi finansial, budaya perusahaan, kepuasan kerja dan kinerja karyawan yang digunakan sebagai analisis penelitian, hipotesis penelitian, kerangka pemikiran dan ruang lingkup penelitian

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, desain penelitian, metode pengumpulan data serta populasi dan sampel, operasional variabel yang didalamnya terdapat indikator dan skala. Pengukuran dalam penelitian ini, hipotesis penelitian hipotesis dan metode pengolahan dan analisis penelitian.

BAB IV: ANALISI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil kajian tentang objek penelitian yaitu Scarlett Whitening serta membahas hasil analisis.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi ringkasan mengenai kesimpulan penelitian serta saran yang peneliti coba jabarkan.

