

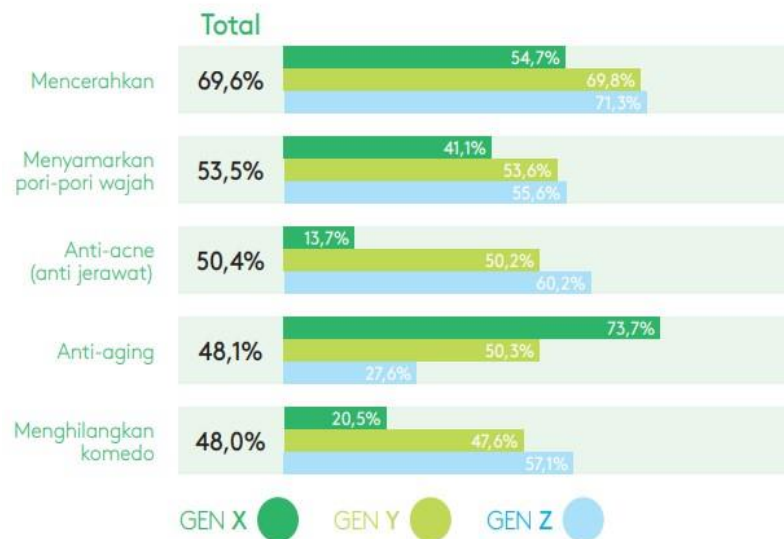
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman ini, produk perawatan menjadi salah satu produk yang paling dibutuhkan oleh kalangan wanita dan pria, yaitu perawatan tubuh. Mayoritas wanita dan pria di Indonesia maupun di dunia peduli akan kesehatan kulitnya, salah satu cara merawat kulitnya yaitu dengan melakukan skincare dan bodycare (Zultilhansyah & Haryanti, 2020). Brand-brand yang digunakan bervariasi, ada yang menggunakan produk local dan adapula yang menggunakan produk internasional.

Gambar 1.1
Hasil Survey Index 2020



Sumber : Zap Beauty Index, 2022

Berdasarkan hasil survey Zap Beauty Index pada Januari tahun 2020 dinyatakan bahwa perempuan Indonesia tidak bisa dipisahkan oleh tren kecantikan. Tren ini terus bergerak dari satu generasi ke generasi selanjutnya mengikuti perkembangan zaman. Terhadap 4.460 perempuan Indonesia, sebesar 82,5 persen berpendapat bahwa ‘cantik’ berarti memiliki kulit cerah dan glowing. Sejalan dengan pendapat sebagian besar perempuan Indonesia mengenai arti “cantik” sebanyak 69,6 persen juga perempuan menginginkan produk perawatan dan kecantikan yang dapat mencerahkan kulit mereka. Setiap produsen kecantikan, memanjakan para konsumennya dengan menawarkan berbagai macam produk kecantikan dan segala keunggulannya.

Brand lokal perawatan yang sedang ramai saat ini adalah SCARLETT. Dikutip pada buku (*Teori Komunikasi dalam Praktik oleh Zaid, 2021*), Scarlett Whitening merupakan perusahaan yang mengeluarkan berbagai macam jenis produk kecantikan yang prioritasnya adalah untuk mencerahkan dan menjaga kesehatan kulit. Perusahaan yang didirikan pada tahun 2017 oleh artis Indonesia bernama Felicya Angelista sekaligus owner dari produk Scarlett ini memiliki focus utama untuk memasarkan produknya yaitu secara online. Produk local ini juga menggunakan bahan-bahan yang aman digunakan untuk ibu hami dan menyusui yaitu Niacinamide, Salicylic Acid, Glutathione, Licorice Extract, dan Allantoin tanpa mercury.

SCARLETT mempunyai ijin BPOM serta lolos pengujian *Good Manufacturing Practice (GMP)* yang merupakan system untuk memastikan bahwa produk secara koheren diproduksi dan diawasi sesuai dengan standar

kualitas yang baik. Selain itu, produk SCARLETT juga sudah mempunyai sertifikasi halal. Hasil dari penelitian (Handriana et al 2020) diketahui bahwa dari 30 *Muslimah Millennial*, hanya terdapat 12 yang pernah mengonsumsi produk halal. Dari hasil penelitian tersebut, berarti bahwa kurang dari setengah dari mereka yang memperhatikan kehalalan produk kosmetik yang mereka gunakan. Tingginya kesadaran pada logo halal akan mempengaruhi permintaan terhadap produk halal (*purchase intention*).

brand trust merupakan salah satu karakteristik terpenting bagi konsumen dan hubungan bisnis. Ini mengacu pada kepercayaan yang positif terhadap produk, layanan, dan merek yang dirasakan oleh konsumen. Kepercayaan merek sangat penting bagi perusahaan, karena dengan adanya itu akan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan menunjukkan kepercayaan serta keyakinan bahwa merek dapat dengan reliable menepati janjinya, memberikan pelayanan yang baik dan tidak mengecewakan para pelanggan (Noor & Alifah, 2021).

Persaingan antara produk lokal dan internasional bukanlah hal asing lagi dalam dunia bisnis dan perdagangan. Tujuan utama dalam perdagangan dan bisnis adalah mencari pelanggan dan mempertahankan pelanggan. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat menjadikan sebuah tantangan bagi para pelaku usaha untuk merebut pasar pesaing. Kepuasan pelanggan juga merupakan value dalam dunia perdagangan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan mereka (Nurfadila et al., 2015)

Mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang, pelaku usaha membentuk kepercayaan pelanggan terhadap suatu merek dimana ini merupakan konsep pemasaran yang diterapkan pada dunia perdagangan. Dalam menguasai persaingan pasar, pelaku bisnis maupun pelaku usaha harus mampu meningkatkan dan memaksimalkan kebutuhan konsumen. Semakin ketatnya persaingan membuat para pelaku usaha semakin sangat kompetitif saat menciptakan produk, baik dari desain maupun kualitas.

Brand Experience merupakan suatu respon internal yang mencakup respon dan perasaan konsumen karna disebabkan oleh suatu merek. Intensif yang berasal dari iklan merek, promosi, desain produk, dan identitas merek berkaitan dengan respon yang diberikan oleh konsumen yang dimana merek itu dipasarkan. *Brand Experience* akan menghasilkan kepuasan konsumen terhadap suatu merek. Menurut (Pertiwi et al., 2017) Jika kepuasan konsumen bisa melampaui ekspektasi konsumen, maka dapat membawa konsumen ke dalam hubungan yang emotif.

Bagi masyarakat, memiliki kesadaran halal yang baik menjadikannya faktor utama keputusan mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Kesadaran dalam konteks halal memiliki keistimewaan minat dan informasi yang tentang semua produk halal. Produk skincare merupakan produk dari industri komestika yang memiliki beberapa kekhawatiran terkait konten gratis pengujian produknya pada hewan. Sedangkan terkait produk perawatan kulit halal mengacu pada Fatwa Majelis Ulama Indonesia No.26/2013 tentang standar kehalalan produk komestika dan penggunaannya. Bahan-bahan yang dilarang dalam industry komestika dengan menggunakan mikroba rekayasa genetika yang melibatkan

gen babi atau gen manusia harus dihindari sampai ada kejelasan tentang kehalalan tentang kehalalan dan kemurnian bahan.

Karakteristik yang ada pada pelaku usaha juga akan mempengaruhi seberapa besar rasa percaya konsumen pada merek. Penilaian konsumen terkait keunikan perusahaan meliputi reputasi, motivasi, dan integritas. Kepercayaan konsumen terhadap suatu merek tergantung pada kesamaan antara kepribadian suatu merek dengan konsep diri konsumen.

Dalam ajaran Islam hendaklah mengutamakan kejujuran, memberikan yang terbaik untuk konsumen. Konsumen akan percaya terhadap merek yang memberikan kualitas dan citra merek yang baik, apabila produsen jujur dalam berbisnis, maka konsumen akan mempercayainya. Konsumen akan merasa puas dan loyal terhadap produk dari merek tertentu yang merupakan hasil dari pekerjaan yang dikerjakan oleh ahli di bidangnya, dengan penawaran produsen yang bersifat jujur, amanah dan bertanggung jawab.

Merek adalah nama atau identitas yang baik dari suatu perusahaan dan membangun merek itu adalah hal yang penting tetapi harus dengan jalan yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Untuk itu produk Scarlett harus bisa menciptakan merek yang terpercaya dalam persepsi konsumen, hal ini tentunya untuk menarik mereka untuk melakukan pembelian. Sebagaimana firman Allah SWT:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ۗ

Artinya : “Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah ia lakukan”, (QS. Al-Muddassir (74):38)

Tafsir Kementerian Agama RI (2019) mengenai ayat di atas menjelaskan bahwa setiap manusia terjamin di sisi Allah SWT. Baik yang muslim maupun yang kafir, yang taat ataupun yang ingkar, semuanya tergantung kepada Allah SWT. Tiap jiwanya terikat dengan amal yang dikerjakan sampai hari kiamat, kecuali golongan kanan. Artinya mereka dapat melepaskan keterikatan mereka di sisi Allah SWT dengan amal-amal baik yang telah mereka kerjakan. Golongan kanan yang maksud ialah orang-orang muslimin yang ikhlas, yang menerima buku amalan mereka di sebelah kanan pada hari kiamat.

Perusahaan harus menjaga kepercayaan konsumen akan suatu merek dengan tidak memanipulasi dan membuat kerugian pembeli dengan berbagai macam kecurangan. Karena ketika konsumen mengetahui kecurangan itu maka konsumen tidak akan lagi mau membeli produk yang dari perusahaan itu lagi. Kepercayaan konsumen dalam islam pun seorang muslim yang professional haruslah memiliki sifat amanah, yakni terpercayaaan dan bertanggung jawab. Sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Sikap itu bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa aktivitas apa pun yang dilakukan termasuk pada saat bekerja selalu diketahui oleh Allah SWT. Kepuasan pelanggan sebagai bentuk rasa puas terhadap barang atau yang telah didapatnya. Didalam pandangan islam seorang muslim ketika merasa puas atas barang dan jasa yang didapatnya haruslah berpegang teguh dengan kebutuhan, keinginan, masalah, manfaat, berkah, keyakinan dan juga kehalalan. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar mereka tidak beralih.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka saya tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul yaitu **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek,**

Kepuasan Pelanggan, Brand Experience dan Logo Halal terhadap Kepercayaan Merek pada Produk SCARLETT”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan merek pada produk scarlett?
2. Bagaimana citra merek berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan merek pada produk scarlett?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan merek pada produk scarlett?
4. Bagaimana Experience berpengaruh secara langsung terhadap Kepercayaan Merek pada produk Scarlett?
5. Bagaimana Logo Halal berpengaruh secara langsung terhadap Kepercayaan Merek pada produk Scarlett?
6. Bagaimana Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Brand Experience dan Logo Halal berpengaruh secara langsung terhadap Kepercayaan Merek pada produk Scarlett?
7. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Brand Experience dan Logo Halal terhadap Kepercayaan Merek pada produk Scarlett dari sudut pandang islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah dijelaskan pada rumusan masalah, penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Brand Experience dan Logo Halal terhadap Kepercayaan Konsumen. Secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan merek
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepercayaan merek pada produk Scarlett
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan merek pada produk Scarlett
4. Untuk mengetahui pengaruh brand experience terhadap kepercayaan merek pada produk Scarlett
5. Untuk mengetahui pengaruh Logo Halal terhadap kepercayaan merek pada produk Scarlett
6. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Brand Experience dan Logo Halal secara simultan terhadap kepercayaan merek pada produk Scarlett
7. Untuk mengetahui dan memahami Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Brand Experience dan Logo Halal secara simultan terhadap Kepercayaan Merek pada Produk Scarlett dalam sudut pandang islam.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan-tujuan tersebut, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil mengenai kualitas produk, citra merek, kepuasan pelanggan, brand experience dan logo halal terhadap kepercayaan merek pada produk tersebut dan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat.

b. Secara Praktis

Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka mengambil keputusan mengenai Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Brand Experience dan Logo Halal terhadap kepercayaan merek dan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pelaku usaha khususnya scarlett.