

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemasaran di zaman modern sendiri merupakan suatu kegiatan yang menyeluruh dan memiliki arti yang sangat penting dalam dunia usaha agar dapat memenuhi permintaan pasar untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan dengan cara membuat suatu produk yang dapat memiliki nilai jual di pasaran, dari menentukan segi harga dan cara menyampaikannya kepada masyarakat umum (Awalya et al., 2023).

Produk perawatan tubuh, khususnya produk untuk wajah, yang dapat menunjang penampilan, dibutuhkan oleh setiap orang. Untuk mendapatkan produk berkualitas tinggi, tidak jarang orang berani membayar lebih banyak untuk mendapatkan produk tersebut.

Perubahan gaya hidup seperti ini yang pada akhirnya membuat industri kecantikan di Indonesia berkembang sangat pesat yang menimbulkan persaingan antar produk kecantikan lainnya. Oleh sebab itu setiap produsen produk kecantikan harus selalu meningkatkan kebutuhan konsumen agar dapat memberikan kesan yang baik di ingatan para konsumen. Perawatan tubuh dan kecantikan pada zaman sekarang ini sangat amat di perlukan, baik itu untuk berjenis kelamin perempuan. Menggunakan produk *Sunscreen* di luar ruangan dan didalam ruangan adalah rahasia orang Korea mendapatkan wajah awet muda (Awalya et al., 2023).

Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas secara menyeluruh bagaimana persepsi harga, kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan memengaruhi loyalitas pelanggan produk *Sunscreen* Azarine. Diharapkan hasil penelitian ini akan membantu produk *Sunscreen* Azarine mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan setianya serta meningkatkan keberhasilan bisnisnya di masa mendatang. Daya saing bisnis dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan.

Harga serta kualitas yang dapat menguntungkan dan menjamin profitabilitas yang baik untuk mendapatkan kebebasan pelanggan dalam memilih produk yang lebih disukainya. Tingginya persaingan dipasar produk kecantikan atau skincare khususnya produk *sunscreen*, telah mendapat perhatian dan kesadaran akan pentingnya produk perlindungan kulit pada pelanggan (Hidayat et al., 2023).

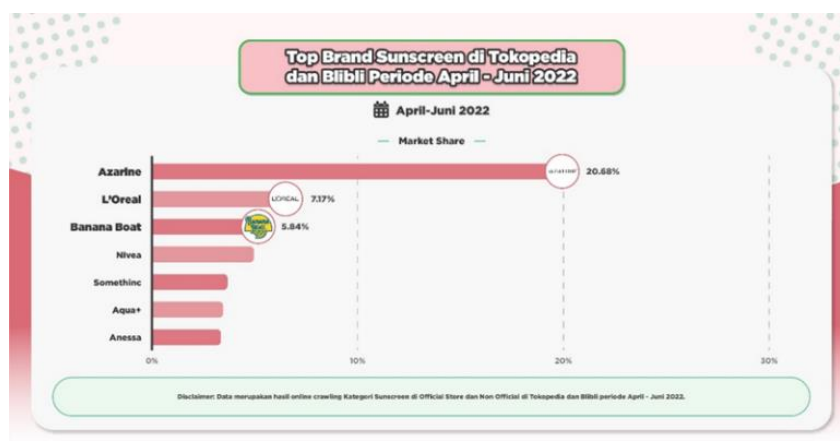
Dasar pemikiran untuk dilakukannya penelitian ini adalah untuk menyelidiki faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli pada merek Azarine yang masih bertahan dengan bermunculannya produk yang sama dengan merek baru dipasaran.

Tabel 1 1 Perbandingan Harga Merek Desember 2023

Produk Sunscreen	Azarine	Loreal	Banana Boat	Somethinc	Aqua+	Anessa
Harga	Rp.64.000	Rp. 129.000	Rp. 243.000	Rp.127.200	Rp. 343.200	201.000

Sumber: <https://compas.co.id/article/sunscreen-kulit-kering/>

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa setiap merek pesaing memiliki harga yang berbeda dengan produk Azarine. Kemudian berikut ini adalah gambar data penjualan produk lokal *sunscreen*.



Gambar 1 1 Top Brand Sunscreen di Tokopedia dan Blibli April - Juni 2022

Sumber: https://compas.co.id/wp-content/uploads/2022/02/28-11-22_1_Article-beauty-02.jpg

Berdasarkan riset data diatas top brand skincare terlaris di Aplikasi Tokopedia dan Blibi April - Juni 2022, yang dituangkan pada gambar diatas. Dilihat dari survei pada posisi pertama diraih oleh produk Azarine dengan persentase 20,68% yang saat ini produk Azarine menjadi produk yang banyak diminati. Posisi kedua diraih oleh produk Loreal dengan persentase 7,17%. Posisi ketiga diraih oleh produk Banana boat dengan persentase 5,84%. Posisi keempat diraih oleh produk Nivea dengan persentase 4,91%. Posisi kelima diraih oleh produk Somethinc dengan persentase 3,68 %. Posisi keenam diraih oleh produk Skin Aqua dengan persentase 3,46%. Posisi ketujuh diraih oleh produk Biore dengan persentase 3,26%. Produk Azarine menempati posisi pertama yang menunjukkan bahwa produk Azarine masih menjadi produk yang banyak diminati di Aplikasi Tokopedia dan Blibi. Meskipun Azarine termasuk produk yang cukup diminati dan cukup populer akan dan produk Azarine menempati posisi pertama sebagai brand *skincare* terlaris di Aplikasi Tokopedia dan Blibi April - Juni 2022, produk Azarine bersaing dengan produk *skincare* lokal lainnya. Tinggi penjualannya *Azarine* dalam *brand skincare* dibandingkan *skincare* lokal Loreal, Banana boat, Nivea, Somethinc, Skin Aqua dan Biore mengindikasikan bahwa tingginya dalam loyalitas pelanggan pada produk Azarine. Hal ini bisa jadi berpengaruh terhadap kualitas produk, persepsi harga, maupun kualitas pelayanan suatu kepuasan pelanggan.

Sunscreen Azarine diformulasikan dalam bentuk gel, *sunscreen Azarine* dengan bahan alami *royal jelly*, *aloevera*, dan teh hijau dapat menutrisi, menenangkan, menyegarkan, dan pelembap kulit .Produk ini mengandung *niacinamide*, *centella asiatica (CICA)*, *ceramide*, *multicomplex*, dan *hyaluronic acid* untuk melindungi, memperkuat, dan melembabkan kulit tanpa meninggalkan *white case* atau efek dempul.

Mengandung *SPF 45 PA+++*, yang aman digunakan dan tidak ada dalam produk sunscreen lain. Memiliki ketahanan hingga 3-4 jam di luar ruangan. Masa penyimpanan hingga 12 bulan. Cocok untuk tipe kulit normal dan berjerawat serta aman digunakan untuk ibu hamil dan menyusui. Para pelanggan sekarang ini lebih selektif dalam memilih produk karena kandungan yang ada pada produk tersebut

harus sesuai dengan tipe wajah mereka dan tipe jenis kulit setiap orang itu berbeda-beda. Apalagi dapat dilihat dari mayoritas konsumen Indonesia itu sendiri yang beragama islam, sehingga konsumen sendiri harus mempertimbangkan komposisi yang terkandung pada produk tersebut, dan harus dengan menggunakan bahan-bahan yang dikategorikan halal serta dengan adanya surat resmi dari BPOM yang menyatakan bahwa produk tersebut sudah aman digunakan ketika membeli sebuah produk kecantikan khususnya sunscreen. Maka dari itu Loyalitas Pelanggan dapat dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Pelanggan. Salah satu faktor yang dapat memberikan Loyalitas Pelanggan produk merupakan Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Pelanggan, Ketika pelayanan dan kualitas telah menjadi pertimbangan pelanggan terhadap pembelian suatu produk, maka Pelanggan juga tidak akan luput dari memperhatikan harga produk tersebut.

Kualitas produk ini didukung oleh Anggraini & Suryoko, (2018) kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, semakin tinggi kualitas produk yang diberikan akan meningkatkan loyalitas pelanggan pada produk kosmetik sariayu, menurut Febryanti & Hadi, (2024) adanya pengaruh signifikan dan positif antara variable kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, karena pelanggan melakukan pembelian secara ulang dan merasakan puas terlebih dahulu terhadap produk atau jasa juga adanya kualitas pelayanan yang sesuai. Sedangkan menurut Basith, (2014) menyatakan tidak adanya pengaruh kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sebab pelanggan yang belum loyal, sehingga pelanggan dengan mudah beralih pada pesaing sehingga dibutuhkan kualitas produk yang bagus untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Sedangkan Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi- fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut (Kotler dan

Keller, 2016). Kualitas Produk dalam perspektif Islam memiliki menegaskan pentingnya kejujuran, amanah, dan ihsan (berbuat baik). Islam mendorong setiap Muslim menghasilkan produk yang halal, baik, dan bermanfaat bagi masyarakat. Larangan menipu serta pentingnya keadilan dalam mutu dan harga juga ditekankan, sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an dan Hadits. Produk berkualitas bukan hanya memenuhi kebutuhan duniawi, tetapi juga menjadi bentuk ibadah dan sumber keberkahan. Hal ini didasarkan pada al quran surat Surat An-Nahl (16): 97

Sebagai berikut :

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ
أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Siapa yang mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan, sedangkan dia seorang mukmin, sungguh, Kami pasti akan berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan Kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik daripada apa yang selalu mereka kerjakan.

Pada Tafsir Al-Muyassar, Barangsiapa mengerjakan amal shalih, baik lelaki maupun perempuan, sedang ia beriman kepada Allah dan rasulnya, maka Kami akan beri dia kehidupan bahagia dan tentram di dunia, walaupun dia tidak banyak memiliki harta, dan kami benar-benar akan memberikan balasan pahala bagi mereka di akhirat dengan balasan yang lebih baik dari apa yang mereka perbuat di dunia, (Kementerian Agama Saudi Arabia, 2020).

Kualitas produk dapat dinilai dari beberapa aspek seperti rasa, aroma, penampilan, kesehatan dan kesegaran produk. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan citra positif restoran di mata konsumen. Kualitas layanan yang baik dapat membuat pelanggan merasa nyaman untuk membeli produk *Sunscreen Azarine*.

Dalam penelitian ini, harga dipilih sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Harga adalah jumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau layanan, jumlah nilai yang dipertukarkan manfaat konsumen sebagai memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Harga adalah prasyarat pertukaran, jika konsumen mempertimbangkan harga dan manfaatnya sesuai pertukaran akan direalisasikan (Janfry Sihite ,2016). Harga yang terjangkau

namun tetap berkualitas merupakan salah satu alasan pelanggan memilih produk *sunscreen* azarine sebagai produk yang mereka pilih.

Namun, jika harga terlalu mahal, pelanggan mungkin akan memilih *sunscreen* lain yang menawarkan harga yang lebih terjangkau. Selain harga, kepuasan pelanggan juga dipilih sebagai faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai pemenuhan harapan, tujuan, kebutuhan, dan keinginan melalui banyak atribut bisnis, termasuk pelayanan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan dapat berubah selama periode waktu, itu adalah proses yang dinamis persepsi individu tentang produk atau pelayanan kinerja untuk kepuasan pelanggan. Persaingan yang semakin ketat di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. (Surti & Anggraeni, 2020).

Persepsi Harga ini didukung Firatmadi, (2017) Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, semakin tinggi Persepsi Harga yang diberikan akan meningkatkan loyalitas pelanggan pada PT. Pelita Air Service, menurut Juniantara & Sukawati, (2018) adanya pengaruh signifikan dan positif antara variabel Persepsi Harga terhadap loyalitas pelanggan, karena pelanggan melakukan pembelian secara ulang dan merasakan puas terlebih dahulu terhadap produk atau jasa juga adanya kualitas Harga yang sesuai. Sedangkan menurut Budiastari, (2012) menyatakan tidak adanya pengaruh Persepsi Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sebab pelanggan yang belum loyal, sehingga pelanggan dengan mudah beralih pada pesaing sehingga dibutuhkan harga yang lebih terjangkau untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. (Jelanu & Ayu, 2023).

Kualitas Pelayanan ini didukung Anggraini & Budiarti, (2020) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang diberikan akan meningkatkan loyalitas pelanggan pada

konsumen gojek, Menurut Nguyen, (2020) adanya pengaruh signifikan dan positif antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, karena pelanggan melakukan pembelian secara ulang dan merasakan puas terlebih dahulu terhadap ketepatan waktu juga adanya Kualitas Pelayanan yang sesuai. Sedangkan menurut Siswadi & Muharam, (2018) menyatakan tidak adanya pengaruh Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sebab pelanggan yang belum loyal, sehingga pelanggan dengan mudah beralih pada pesaing sehingga dibutuhkan .Pastikan layanan selalu konsisten untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan harapan. Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. (Fahmi Kamal et al., 2020).

Menurut Gultom et al., (2020) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, semakin tinggi Kepuasan Pelanggan yang diberikan akan meningkatkan loyalitas pelanggan pada Hotel Berbintang di Kota Medan, Menurut Prakoso, (2020)adanya pengaruh signifikan dan positif antara variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan, karena pelanggan melakukan pembelian secara ulang dan merasakan puas terlebih dahulu terhadap sesuai dengan harapan juga adanya Kepuasan Pelanggan yang sesuai. Sedangkan menurut Ulfa, (2019) menyatakan tidak adanya pengaruh Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sebab pelanggan yang belum loyal, Sehingga pelanggan dengan mudah beralih pada pesaing sehingga dibutuhkan pelanggan yang puas untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kepuasan Pelanggan dalam perspektif Islam memiliki menegaskan pentingnya kejujuran dan keadilan dalam transaksi, yang menjadi dasar terciptanya kepuasan pelanggan dan keberkahan dalam usaha.

Bedasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas sehingga menarik perhatian untuk melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH KUALITAS PRODUK ,PERSEPSI HARGA ,KUALITAS PELAYANAN , KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE SERTA TINJAUAN DARI SUDUT PANDANG ISLAM**”(Studi kasus konsumen Pengguna Produk *Sunscreen* Azarine di Jakarta Pusat)

1.2 Perumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan , maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1.) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk *sunscreen* azarine?
- 2.) Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan peoduk *sunscreen* azarine?
- 3.) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Produk *sunscreen* azarine?
- 4.) Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk *sunscreen* azarine ?
- 5.) Bagaimana gambaran pengaruh kualitas produk , harga , kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk *sunscreen* azarine serta tinjauan dari sudut pandang islam ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yang ingin dicapai adalah:

- 1.) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk *sunscreen* azarine.
- 2.) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan produk *sunscreen* azarine.
- 3.) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan produk *sunscreen* azarine.

- 4.) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk *sunscreen azarine*.
- 5.) Untuk mengetahui gambaran pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ditinjau sudut pandang islam produk *sunscreen azarine*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan penelitian ini sebagai berikut.:

a. Manfaat Akademik

Penelitian ini sebagai referensi untuk loyalitas pelanggan produk *Sunscreen Azarine* antara harga,kualitas pelayanan,kepuasan pelanggan dan kualitas produk *Sunscreen Azarine*. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk melengkapi dan menambah pengetahuan teoritis dan wawasan bagi penulis dan juga pembaca.

b. Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi produk *Sunscreen Azarine* untuk menerapkan loyalitas pelanggan produk *Sunscreen Azarine*. antara harga,kualitas pelayanan,kepuasan pelanggan dan kualitas produk agar tercapainya tujuan produk *Sunscreen Azarine*