

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan perawatan kulit atau biasa disebut dengan *skincare* saat ini berkembang dengan sangat pesat. *Skincare* sudah menjadi kebutuhan sehari-hari sebelum menjalankan aktivitas. Tidak hanya wanita namun pria juga mulai melakukan perawatan pada kulit mereka hal inilah yang melandasi banyaknya bermunculan *brand-brand* baru yang bersaing untuk merilis produk *skincare* mereka.

Scarlett whitening merupakan salah satu *brand* lokal yang sedang ramai diperbincangkan. Scarlett memiliki berbagai varian perawatan kulit yang cukup beragam dengan harga yang sangat terjangkau oleh seluruh kalangan dan memberikan hasil pemakaian yang memuaskan. Awalnya produk scarlett hanya menjual *body lotion* dan *shower gel*, namun setelah melihat antusiasme konsumen, scarlett mulai mengeluarkan *skincare set* mereka seperti *facial wash*, *toner*, berbagai macam *serum* dan pelembab.

Scarlett juga memberikan akses penjualan yang mudah untuk para pelanggannya, dengan cara perjual belian melalui *e-commerce* seperti *shopee*, Tokopedia, Lazada bahkan dapat ditemukan juga pada toko *offline* diberbagai daerah. Berdasarkan data dari Google Trends meningkatnya minat pelanggan terhadap produk Scarlett Whitening dalam kurun waktu 12 bulan terakhir serta dilihat dari akun instagram Scarlett Whitening yang mempunyai jumlah lebih dari 3 juta pengikut dapat menjadi tolok ukur jumlah peminat produk (Putri et al., 2021). Scarlett Whitening

membuktikan bahwa pelanggan Scarlett Whitening memiliki loyalitas yang tinggi terhadap produk tersebut.

Loyalitas pelanggan adalah perilaku dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus pada barang atau jasa (Kajenthiran, 2018) dalam (Surahman et al., 2020). Loyalitas pelanggan juga digambarkan sebagai keinginan pelanggan yang kuat untuk berlangganan kembali pada produk maupun jasa dimasa mendatang, meskipun pengaruh situasi usaha pemasaran berpotensi pada perubahan perilaku. Kedekatan pelanggan antara produk maupun jasa dapat diukur dari Pelanggan setia karena puas dan ingin melanjutkan hubungan pembelian kembali (Pramono et al., 2020). Pelanggan yang loyal justru lebih menarik bagi perusahaan, karena mereka cenderung kurang sensitif mengenai harga produk dan cenderung membeli kembali produk perusahaan tersebut (Sandada & Matibiri, 2016)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan kecewa ataupun senang seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan apa yang mereka harapkan (Surahman et al., 2020). Menurut Tjiptono (2012:301) kepuasan konsumen merupakan situasi yang mereka tunjukkan ketika menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan mereka sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan terpenuhi.

Kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2009:143) karakteristik secara keseluruhan mengenai produk maupun jasa yang memberikan kepuasan pada konsumennya. Kualitas produk adalah

kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, seperti kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan dalam penggunaan, dan perbaikan produk, serta yang lainnya.(Aryamti & Suyanto, 2019)

*Variety Seeking* merupakan kebutuhan konsumen untuk mencari variasi produk sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Hal itulah yang melandasi para pesaing untuk melakukan bermacam-macam keunggulan inovasi. Maka perusahaan harus terus meningkatkan inovasi untuk memenuhi keinginan variasi produk para konsumen (Sugiyarto et al., 2019)

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan dan dimoderasi oleh *Variety Seeking*”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan?

5. Apakah *Variety Seeking* memoderasi pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diuraikan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
3. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
4. Menganalisis kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
5. Menganalisis *Variety Seeking* memoderasi pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Penelitian diharapkan mampu memberikan pengetahuan baru pada bidang pemasaran mengenai kualitas produk, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan dan *Variety Seeking*.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah acuan baru bagi perusahaan mengenai pentingnya kualitas sebuah produk yang

berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan juga mengetahui resiko dari *Variety Seeking* sehingga perusahaan dapat melakukan pengevaluasian.