

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi yang sedang berlangsung saat ini, kemajuan ekonomi dan tengah mengalami perkembangan pesat, sehingga sangat berdampak pada kemunculannya perusahaan serupa yang bersaing ketat satu sama lain untuk menunjukkan keberadaanya. Maka dari itu untuk mempertahankan pangsa pasarnya diperlukan sebuah merek yang digunakan sebagai tanda pengenal atau identitas diri untuk memperkuat produknya dan untuk menarik konsumen agar produk tersebut lebih banyak dikenal oleh masyarakat. Merek berpengaruh pada keberhasilan perusahaan dalam mengelola bisnisnya. Setiap perusahaan perlu untuk mengembangkan dan memperluas mereknya dengan keunikan dan karakteristik khusus untuk menjaga posisinya di pasar.

Semakin banyak perusahaan baru yang menawarkan beragam produk. Oleh karena itu, perusahaan menghadapi masalah yang serius dalam pemasaran produknya. Karena dengan adanya persaingan perusahaan yang kuat, perusahaan selalu berupaya dalam upaya memasarkan produknya dengan mengembangkan inovasi-inovasi terkini pada produknya, dengan tujuan untuk meningkatkan kreativitas produknya dan menjadikan lebih baik dari produk pesaingnya. Sehingga perusahaan mengembangkan sebuah merek yang digunakan sebagai pengenal atau

nama produk guna meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009:258) dalam (Venessa & Arifin, 2017) merek adalah lambang, atau kombinasi keduanya yang digunakan untuk mengenali suatu produk dari suatu penjual tertentu. Merek berpengaruh terhadap keberhasilan operasional bisnis suatu perusahaan. Setiap perusahaan yang ingin sukses dalam bisnis perlu membangun dan memperluas mereknya dengan mempunyai tantangan perusahaan dalam memimpin pangsa pasar.

Saat ini terjadi peningkatan pada permintaan konsumen terhadap kosmetik. Dalam era sekarang, kosmetik bukan lagi sekedar keinginan belaka, melainkan menjadi kebutuhan dan pelengkap bagi kaum wanita. Karena wanita terkenal dengan kecantikannya, dan berkeinginan untuk terlihat tetap cantik dalam setiap situasi dan menjadi pusat perhatian orang-orang disekitarnya. Inilah sebabnya mengapa wanita suka menggunakan berbagai kosmetik atau skincare untuk mempercantik diri. Karena pentingnya kehidupan sosial bagi mereka, oleh karena itu hal ini mendorong mereka untuk membeli kosmetik sesuai dengan jenis kulit mereka yang cocok.

Secara umum, wanita ingin tampil terbaik. Selama ini masih banyak orang yang mengutamakan penampilan dan meyakini bahwa penampilan adalah kunci sebuah hubungan. Perawatan kulit pada umumnya adalah kegiatan merawat kulit bagian luar tubuh. Biasanya wanita yang paling sering melakukan hal ini, meski pria juga biasanya melakukannya.

Menurut Oxford Dictionaries (2019) dalam (Irwanto, 2020) perawatan kulit merupakan penggunaan krim dan produk khusus untuk merawat kulit. Alasan peneliti mengambil objek di wilayah surabaya karena Surabaya merupakan kota terluas kedua di Indonesia dengan total penduduk sebesar 2.997.547 jiwa (BPS Surabaya, 2023). Surabaya merupakan kota dengan banyak industri perdagangan, komersial dan pendidikan di wilayah Surabaya. Kota Surabaya terkenal dengan suhu udara yang tinggi, berkisar antara 25<sup>0</sup> hingga 32<sup>0</sup> sehingga memerlukan kosmetik dan produk perawatan kulit untuk melindungi wajah dari sinar matahari.

Perkembangan sektor kosmetik di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan hasil peningkatan yang sangat berarti. Menurut informasi dari data kemeterian Perindustrian, industri kosmetik tumbuh sebesar 6,35% secara keseluruhan pada tahun 2017. Angka ini meningkat sebesar 7,36% pada tahun 2018 dan diperkirakan akan meningkat sebesar 9% pada tahun 2019. (Kemenperin.go.id, 2019) dalam (Hertiwi Khasanah et al., 2021).

Industri kosmetik di indonesia menunjukkan dinamika yang tinggi, sehingga banyaknya perusahaan produk kecantikan yang bersaing untuk memperluas pangsa pasarnya di Indonesia. Pada masa saat ini produk kecantikan di Indonesia menjadi salah satu keperluan primer bagi perempuan. Disamping alasan tersebut, banyaknya perempuan juga menginginkan penampilan yang menarik merupakan hal yang penting, dan hal ini menjadi motivasi utama bagi produsen untuk memasuki industri ini sebagai sumber keuntungan, sehingga menghasilkan berbagai potensi

keuntungan. Produk kecantikan telah mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman, produk kecantikan tersebar dengan beragam jenis baik dalam negeri maupun luar negeri, tingkat adopsi dan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan produk kecantikan mengalami peningkatan (Adisty, 2020) Yang di dukung dengan dengan alat canggih teknologi. Contohnya adalah produk kosmetik Maybelline.

Merek kosmetik Maybelline merupakan salah satu brand internasional di indutsri produk kecantikan. Maybelline merupakan salah satu perusahaan produsen makeup terbesar di dunia termasuk juga di Indonesia. Masyarakat luas telah megenal dan juga sudah banyak pengguna produk Maybelline. Rangkaian produk kosmetik Maybelline sering menempati urutan nomer satu dibergai negara terutama di Indonesia. Maybelline merupakan merek kosmetik yang diproduksi oleh PT. Loreal Indonesia. sepertinya berupaya memberikan layanan yang unik untuk membentuk citra positif dimata pelanggan. Maybelline menggunakan berbagai strategi usaha yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen dalam menghadapi persaingan yaitu dengan menjadi perusahaan yang terdepan dan memenuhi kebutuhan juga ekspetasi perempuan. Dan mengembangkan produk-produk kosmetik yang bermutu, inovasi serta memiliki nilai yang kompetitif dan meningkatkan citra merek yang positif (Hastono, 2019).

Data yang ditampilkan pada tabel dibawah ini merupakan daat penjualan Maybelline di e-Commerce. Dan adanya sejumlah platform E-

commerce memberikan manfaat dan kenyamanan bagi para pelanggan untuk melakukan transaksi.

**Gambar 1. 1 Data Penjualan Maybelline**



*Sumber : (Compas.id, 2021)*

Gambar tersebut menunjukkan data penjualan Penjualan Maybelline pada tahun 2021 sudah mencapai Rp 6.200.000.000 Miliar (Enam Miliar Dua Ratus Juta Rupiah). dalam satu telah terjadi lebih dari 126 ribu transaksi yang tercatat. Untuk produk dalam kategori Maskara berhasil mencapai total penjualan Rp 1.300.000.000 Miliar (Satu Miliar Tiga Ratus Juta Rupiah). Dan di urutan kedua terdapat kategori produk Lipstik yang sering disukai oleh perempuan, yang digunakan oleh banyak orang baik dalam kalangan remaja maupun dewasa dengan total penjualan mencapai Rp 1.500.000.000 Miliar (Satu Miliar Lima Ratus Juta Rupiah). Produk ini tidak hanya digunakan pada acara tertentu saja namun Lipstik Maybelline selalu di gunakan setiap hari. Maybelline juga menyediakan beragam jenis produk lipstik yang terkenal dengan harganya yang terjangkau bagi semua kalangan dan kualitasnya yang sangat awet jika digunakan. Dan di posisi ke tiga diduduki oleh kategori bedak, dalam platform marketplace, untuk

kategori bedak dari merek berhasil mencapai tingkat penjualan mencapai Rp 754.600.000 Juta (Tujuh Ratus Lima Puluh Empat Juta, Enam Ratus Ribu Rupiah) dalam Januari tahun 2021.

Menurut *Indonesia's cosmetics market* Maybelline mempunyai peningkatan penjualan pada setiap tahunnya sehingga masuk pada jajaran top brand (Fajriah D. S., 2020). Maybelline adalah merek brand global yang dikenal oleh seluruh dunia. Di Indonesia Maybelline masuk kedalam favorit brand yang di minati oleh konsumen dan perusahaan kosmetik maybelline sudah berdiri selama ratusan tahun. Maybelline di didirikan oleh Chicago Amerika Serikat bernama Thomas Lyle Williams yang pada awalnya diberi nama Maybell Laboratories. Nama Maybell Laboratories ini diambil dari nama sang adik yaitu Maybel. Pada tahun 1923 Maybel Laboratories berubah nama menjadi Maybelline dan produk yang pertama kali dijual yaitu mascara pada tahun 1917 (Rizky, 2021).

Maybelline berasal dari keluarga yang sederhana hingga bisa menjadi brand make up nomer 1 di Amerika. Pada tahun 1920an merek dari maybelline dijual di berbagai toko, dan pada tahun 1940an maybelline telah mengklaim sebagai salah satu make up pasar massal di Amerika. Maybelline memiliki keistimewaan yaitu menghadirkan inspirasi tren dari panggung *catwalk* ke *sidewalk*. Memberikan kesempatan kepada setiap wanita untuk memadukan energi dan gaya kota New York ke dalam pakaian sehari-hari, sehingga membuat mereka menjadi lebih percaya diri dan berani untuk mencoba berbagai tampilan yang berbeda pula. Rangkaian

produk kecantikan *Maybelline New York* terinspirasi dari wanita modern. *Maybelline New York* menawarkan produk-produk inovatif dengan menggunakan teknologi terkini, menawarkan rangkaian produk secara lengkap dan yang sedang tren pada saat ini (Putri Saktian Anisha, 2021).

Maybelline sendiri memberikan penawaran menarik pada produknya kepada konsumen, dan kosmetik Maybelline merupakan produk yang menawarkan daya tahan yang tahan lama, begitu pula dengan produk lipstik yang memiliki banyak jenis produk mulai dari formula yang cair hingga padat. Oleh karena itu, Maybelline sangat memperhatikan kebutuhan masyarakat, dengan mengeluarkan inovasi pada produknya, dan Maybelline selalu memberikan kualitas terbaik untuk produknya. Memiliki pigmentasi yang kuat dan daya tahan produk yang lama. Lipstik Maybelline memiliki pigmentasi yang intens dan pilihan warna yang kaya hingga menjadi produk favorit banyak orang, terutama pada kaum wanita.

Semakin banyaknya orang yang menggunakan kosmetik Maybelline maka akan meningkatkan merek tersebut. Banyaknya kosmetik Maybelline yang memakai akan menerima penghargaan terutama di *Top Brand Award* yang artinya pemenang yang akan diberikan kepada merek tersebut atau yang sudah di pilih konsumen (Chairunnisa A, 2019). Dari hal tersebut dapat dilihat pada data *Top Brand Award* pada tahun 2021 sampai dengan tahun 2023 yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Top Brand Index Produk Lipstik**

No	Merek	Tahun					
		2021		2022		2023	
		TBI (%)	Keterangan	TBI (%)	Keterangan	TBI (%)	Keterangan
1.	Wardah	31,90 %	TOP	27.20 %	TOP	26.00 %	TOP
2.	Maybelline	11,60 %	TOP	15.80 %	TOP	19.30 %	TOP
3.	Revlon	7,50 %		8.50%		6.30%	
4.	Pixy	5,60 %		2.80%		3.60%	
5.	Viva	3,30 %		2.40%		1.50%	

Sumber : (topbrand-award.com, 2023)

Berdasarkan pada Tabel *Top Brand Index* produk Lipstik diatas, bahwa produk Lipstik pada Maybelline tahun 2021-2023 mengalami kenaikan pada *Top Brand Index* yaitu pada tahun 2021 TBI sebesar 11.60%, dan pada tahun 2022 produk lipstik Maybelline mengalami kenaikan yang baik daripada tahun sebelumnya yaitu TBI sebesar 15.8%, dan pada tahun 2023 mengalami kenaikan *Top Brand Index* sebesar 19.30%. dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Maybelline yang menjadi *Top Brand* menunjukkan bahwa produk yang di tawarkan sangat populer dan dari segi kualitas produk yang baik yang dirasakan sesuai oleh masyarakat menjadikan Maybelline sebagai *Top Brand*.

Di indonesia banyak yang menggunakan produk kosmetik Maybelline ini salah satunya yaitu di Kota Surabaya. Dengan semakin banyaknya merek dan produk baru yang bermunculan, Maybelline terus memperbarui produknya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan,



menciptakan produk baru, dan selalu memberikan kualitas yang baik, menjadi merek kosmetik berkualitas tinggi dan menjadi favorit bagi masyarakat. Maybelline memiliki berbagai macam produk kecantikan yang terinspirasi dari wanita modern, menawarkan produk-produk inovatif dengan teknologi terkini, tren, praktis, *up to date*, dan tentunya menawarkan dengan harga yang sangat terjangkau. Maybelline memproduksi berbagai macam jenis produk lipstik, jenis dalam produk Lipstik Maybelline memiliki manfaat yang berbeda sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

**Tabel 1. 2 Lipstik Maybelline Terbaik Beserta Manfaatnya**

No	Nama Produk	Manfaatnya
1.	Lipstik Maybelline Superstay Vinyl Ink Shiny Lipcream	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Shine Finish</li> <li>• Tidak transfer</li> <li>• Warna pigmented, cover bibir gelap</li> <li>• Long-lasting hingga 16 jam</li> <li>• Lembap, formula dengan Aloe Vera</li> </ul>
2.	Lipstik Maybelline Superstay Matte Ink Liquid Matte	Maybelline Superstay Matte Ink adalah lip cream dengan 30+ pilihan warna yang intens dan pigmentasi tinggi, ampuh

		menutup bibir gelap, transferproof dan tahan lama hingga 16 jam
3.	Lipstik Maybelline Sensational Cushion Matte Liquid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soft Matte Finish</li> <li>• Ringan seperti cushion</li> <li>• Vitamin E untuk bibir lembut, sehat, dan lembap</li> </ul>
4.	Lipstik Maybelline Sensational Liquid Matte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formula ringan dan nyaman, tidak membuat bibir kering</li> <li>• Instant matte finish dalam 30 detik</li> <li>• Pilihan warna cocok dengan kulit Indonesia</li> </ul>
5.	Maybelline Superstay Matte Ink Liquid Music Edition	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warna matte intens</li> <li>• Transferproof</li> <li>• Tahan hingga 16 jam</li> </ul>
6.	Maybelline Color Sensational Ultimatte Lipstick	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ultimatte Slim Lipstik memiliki warna yang terpigmentasi dan intens. Hadir dengan 8 pilihan warna</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flawlessy Smooth hasil akhir matte yang halus dan tidak membuat bibir terlihat kering</li> <li>• Lightest Comfort formula yang ringan dan nyaman.</li> </ul>
7.	Maybelline SS Ink Crayon Lipstik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warna yang sangat berpigmen memiliki ujung lipstik yang unik untuk aplikasi yang tepat</li> </ul>
8.	Maybelline Color Sensational Creamy Mattes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Powder pigments untuk hasil warna lipstik matte 2x lebih intens</li> <li>• cocok untuk warna bibir gelap</li> <li>• honey nectar melembapkan bibir kering</li> </ul>

Sumber : (beautynesia.id)

Berdasarkan dalam tabel 1.2 dilansir dari beautynesia.id terdapat rekomendasi lipstik Maybelline yang terbaik dan menunjukkan bahwa produk Maybelline Superstay Matte Ink dan Superstay Vinyl Ink menduduki peringkat pertama dan merupakan lipstik nomer satu yang paling banyak dicari dan menjadi favorit di Indonesia. Begitu juga dengan

Maybelline *Cushion Matte*, *Sensational Liquid Matte*, *Color Sensational Ultimatte*, *Color Sensational Creamy Matte*, *Superstay Ink Crayon Lipstick*, *Crayon Sensational The Powder* Juga banyak di cari karena pilih warna yang cocok dengan kulit Indonesia dan ketahanan hingga 16 jam serta Transferproof.

Meskipun Top Brand Index pada produk Maybelline mengalami naik turunnya TBI tetap masuk dalam kategori merek *Top Brand Award* (TOP). Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari data tersebut penjualan produk tidak selalu naik akan tetapi ada penurunan dalam penjualan. Oleh karena itu produk maybelline merupakan produk yang cukup kuat dalam dunia persaingan dibidang kosmetik. Sehingga dengan segala strategi pemasaran kosmetik Maybelline tetap berusaha pada posisi teratas dari merek kosmetik yang lainnya. Peningkatan presentase indeks ini dapat memberikan kesan yang baik terhadap citra merek pada kosmetik Maybelline, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi loyalitas merek terhadap kosmetik Maybelline.

Loyalitas merek merupakan salah satu tujuan utama dalam pemasaran. Loyalitas Merek merupakan sebuah bentuk kesetiaan konsumen terhadap suatu merek yang telah di beli atau konsumsi. Loyalitas konsumen ditampilkan semaksimal mungkin apakah pelanggan beralih ke merek tersebut atau tidak yang ditawarkan oleh pesaing terutama jika ditemukan ada perubahan (Arief & Sunarti, 2017). oleh karena itu dibutuhkan strategi untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan

terhadap loyalitas merek supaya tidak beralih ke merek lain, karena mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih sulit daripada mencari pelanggan yang baru. Kesetiaan pelanggan juga merupakan faktor yang penting bagi perusahaan karena akan berdampak positif seperti pembelian berulang dan rekomendasi merek tersebut kepada orang lain. Sedangkan kepercayaan merek merupakan faktor utama bagi pengembangan loyalitas merek yang akan berpengaruh terhadap minat beli secara berulang. Merek yang memenuhi harapan konsumen juga memiliki citra merek yang bagus, pelanggan akan merasa yakin dengan apa yang sudah dipilih dan pelanggan akan membangun rasa percaya terhadap merek dan akan menggunakan serta menganggap merek tersebut sebagai bagian dari dirinya. Oleh karena itu pelanggan akan setia terhadap merek dan perusahaan akan mempunyai kesetiaan konsumen karena mereka percaya terhadap merek tersebut sehingga membuat konsumen ketagihan untuk membeli lagi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu Brand image. Hubungan antara brand image dengan objek target ditentukan dalam satu set intruksi dengan mencakup dua preferensi untuk dua objek target. Setiap pembelian produk yang sudah lama dikenal oleh konsumen menjadi simbol terhadap produk yang diminati. Terdapat beberapa penelitian yang mengkaji bagaimana brand image dapat mempengaruhi loyalitas merek dan kepercayaan merek, salah satunya adalah (Putra AS, 2018) yang mengkaji pada konsumen smartphone lenovo di DIY dimana hasil yang didapati adalah citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas

konsumen, citra merek dan kepercayaan merek secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Citra merek pada dasarnya merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu perusahaan, karena reputasi perusahaan bergantung pada merek produk yang dihasilkan, yang menjadikan kesuksesan sebuah perusahaan. Brand Image dijelaskan sebagai persepsi merek yang ada di benak konsumen. Brand image memegang peranan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Merek dengan citra yang lebih baik dapat mencerminkan kualitas produk yang lebih baik di mata konsumen. Dalam persaingan dunia pemasaran, citra merupakan sebuah merek yang menjadi salah satu faktor kesuksesan suatu perusahaan, karena reputasi perusahaan yang bergantung pada merek produk yang dibuat. Citra merek merupakan asosiasi yang muncul di benak konsumen pada saat mereka mengingat merek tertentu (Kuswanto, 2021) dalam (Alfia & Dwiridotjahjono, 2022). Brand image yang positif membantu perusahaan dalam aktivitas pemasarannya untuk meningkatkan minat konsumen. Maybelline sendiri memiliki produk lipstik yang tahan lama dengan pigmentasi intens dalam warna serta banyak pilihan warna untuk produk bibir mulai dari warna nude, hingga warna natural yang ditawarkan oleh Maybelline kepada masyarakat. Seperti pada produk lipstik Maybelline Superstay Matte Ink menjadi produk populer di Indonesia karena merupakan lipstik yang transferproof dan memiliki pigmentasi warna yang kuat, Maybelline Superstay Ink mengeluarkan 30 pilihan warna serta dilengkapi

dengan berbagai inovasi. Dalam hal ini Maybelline mempunyai image yang baik di mata masyarakat Indonesia. Produk Maybelline dianggap masyarakat Indonesia dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka dalam hal kualitas yang diberikan. Dari harapan yang dirasakan terpenuhi mengarah pada kepuasan konsumen terhadap produk.

Dalam membangun dan menciptakan hubungan dengan konsumen maka perlu adanya hubungan dalam suatu bisnis yang dimulai dengan kepercayaan. Oleh karena itu kepercayaan yang dibangun oleh konsumen sangat penting karena dapat menimbulkan loyalitas terhadap merek. Kepercayaan merek merupakan persepsi konsumen atas rasa percaya dan rasa aman terhadap merek yang muncul secara sukarela dan beranggapan bahwa merek akan memenuhi ekspektasi atau harapan mereka (Suryani S, Rosalina, 2019). Kepercayaan atas merek akan menciptakan rasa aman dan mengurangi persepsi konsumen terhadap risiko dalam menggunakan produk tersebut. Konsumen yang yakin pada suatu merek bahwa merek tersebut dapat memenuhi harapannya maka akan cenderung menggunakan merek tersebut daripada merek yang lainnya, maka hal ini akan menimbulkan pada timbulnya loyalitas merek (Hantika et al., 2023).

Kepercayaan merek merupakan faktor lainnya yang bisa mempengaruhi loyalitas individu. Kepercayaan merek mengacu pada konsumen yang sudah mengetahui pengecer kosmetik akan menawarkan produk yang diinginkan dan memiliki kualitas yang diinginkan oleh

konsumen, dan pengaruh penjual untuk menarik konsumen supaya melakukan pembelian.

Merek adalah karakteristik *ekstrinsik* dari suatu produk, sebuah merek akan akan mengusung nama produk yang memiliki kualitas yang baik, maka produk dengan kualitas yang tinggi akan banyak diminati oleh konsumen. Namun jika produk tersebut tidak memiliki kualitas yang bagus maka konsumen tidak akan tertarik untuk membelinya. Oleh karena itu sebuah merek akan membawa nama produk yang baik yang berkualitas dan banyak di kenal oleh masyarakat. Sehingga kualitas produk adalah salah satu aspek yang penting untuk melakukan suatu bisnis. Dan kualitas produk yang bagus akan menentukan kepuasan pelanggan perusahaan.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Produk dapat dijelaskan bahwa kualitas dikatakan baik apabila dapat memberikan rasa kepada konsumen melalui keunggulan produk dan kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya (Kumrotin & Susanti, 2021). Konsumen yang merasa puas terhadap suatu produk atau jasa kemungkinan besar akan membeli produk itu lagi dan menggunakan produk tersebut lagi jika kebutuhan yang sama akan muncul lagi dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci dalam pembelian secara berulang. Untuk membuat konsumen puas, Maybelline memperkenalkan produk lipstik yang inovatif dengan kualitas produk yang tahan lama dan pigmentasi warna yang kuat, serta beragam warna dan jenis



produk lipstik yang berbeda. Inovasi lain yang akan diperkenalkan Maybelline kepada masyarakat Indonesia adalah dengan meluncurkan *Beauty Tecnology*, sebuah program uji coba yang dijalankan Maybelline pada tahun 2019. Dimana masyarakat dan pelanggan dapat memilih warna mana yang cocok di bibir mereka. Melalui inovasi-inovasi yang dilakukan Maybelline untuk meningkatkan produk lipstiknya, perusahaan akan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya dan pada akhirnya akan menimbulkan kepuasan.

Secara umum, wanita ingin tampil terbaik. Selama ini masih banyak orang yang mengutamakan penampilan dan meyakini bahwa penampilan adalah kunci sebuah hubungan. Perawatan kulit pada umumnya adalah kegiatan merawat kulit bagian luar tubuh. Biasanya wanita yang paling sering melakukan hal ini, meski pria juga biasanya melakukannya. Menurut Oxford Dictionaries (2019) dalam (Irwanto, 2020) perawatan kulit merupakan penggunaan krim dan produk khusus untuk merawat kulit. Alasan peneliti mengambil objek di wilayah surabaya karena Surabaya merupakan kota terluas kedua di Indonesia dengan total penduduk sebesar 2.997.547 jiwa (BPS Surabaya, 2023). Surabaya merupakan kota dengan banyak industri perdagangan, komersial dan pendidikan di wilayah Surabaya. Dan di Kota Surabaya juga terdapat banyak kampus yang dimana terdapat mahasiswi yang pasti ingin terlihat cantik yang selalu diinginkan oleh setiap wanita. hal ini dilakukan untuk penampilan mereka

agar terlihat cantik dan dapat menarik perhatian. Salah satunya adalah dengan menggunakan produk Lipstik dari Maybelline.

Pada beberapa penelitian terdahulu menjelaskan bahwa berbagai faktor yang berbeda-beda bisa mempengaruhi loyalitas merek. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Sulfarid, 2021) yang mengkaji tentang pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pengguna Air Minum dalam kemasan merk Aqua. Hasil yang didapat yaitu brand image dan kepercayaan merek mendorong peningkatan terhadap loyalitas merek. Dan kepercayaan merek mendorong peningkatan loyalitas merek pada pengguna Air Minum dalam kemasan merk Aqua. Penelitian juga dilakukan oleh (Hariyawati S & WP Ayu, 2017) tentang Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Konsumen Membeli Jam Tangan Merek Casio. Pada penelitiannya didapat hasil bahwa variabel citra merek mempengaruhi keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan hasil yang persial citra merek berpengaruh secara signifkab terhadap keputusan pembelian produk.

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan diatas bahwa hubungan dari citra merek dengan loyalitas merek, hubungan kepercayaan merek dengan loyalitas merek, dan hubungan kualitas produk dengan loyalitas merek maka didapati bahwa dunia dalam bisnis akan terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu terutama dalam bisnis kosmetik yang merupakan kebutuhan setiap manusia baik di kalangan laki-laki, perempuan, orang tua hingga remaja. Tetapi peneliti yang mengkaji tentang

brand dari suatu kosmetik masih jarang ditemukan dan digunakan dalam penelitian sebelumnya, padahal nantinya akan dipandang sebagai merek yang memberikan manfaat terhadap produk yang memiliki citra merek dan kepercayaan merek dari pelanggan yang akan berpengaruh terhadap loyalitas merek itu sendiri. Dengan demikian peneliti ingin mengukur dan meneliti pengaruh brand image, kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap loyalitas merek pada produk Lipstik Maybelline.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang kan menguji pengaruh brand image, kepercayaan merek, dan kualitas produk terhadap loyalitas merek baik secara persial maupun simultan, dalam hal ini penulis menggunakan judul ” **Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek kosmetik Maybelline (Studi Pada Pelanggan Produk Lipstik Maybelline di Wilayah Kota Surabaya)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat ditarik kesimpulan dalam merumuskan masalah dari penelitian ini, yaitu :

1. Apakah Variabel *Brand image*, kepercayaan merek, dan kualitas produk berpengaruh secara secara simultan terhadap Variabel loyalitas merek?
2. Apakah Variabel *brand image* berpengaruh secara persial terhadap Variabel loyalitas merek?

3. Apakah Variabel Kepercayaan Merek berpengaruh secara persial terhadap Variabel loyalitas merek?
4. Apakah Variabel Kualitas produk berpengaruh secara persial terhadap Variabel loyalitas merek?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan diatas maka akan dibuat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Image*, kepercayaan merek, dan kualitas produk terhadap Loyalitas Merek secara simultan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image* terhadap Loyalitas Merek secara persial
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap Loyalitas Merek secara persial
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap Loyalitas Merek secara persial

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada tujuan penelitian diatas, Peneliti berharap penilitian ini memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan bermanfaat menjadi sumber bacaan yang dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada Ilmu Adminsitrasi Bisnis mengenai topik yang

berkaitan dengan brand image, kepercayaan merek, kualitas produk dan loyalitas merek. Serta diharapkan dapat menjadi sumber bacaan yang dapat memberikan informasi yang bermanfaat kepada pembaca yang mempunyai permasalahan yang sama.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemilik produk kosmetik maybelline dalam mempertahankan citra merek dan kualitas produk dan dapat digunakan untuk mengambil kebijakan mengenai loyalitas merek. Serta menjadi sumber referensi bagi penelitian di masa mendatang.