

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis produk kecantikan yang begitu pesat menyebabkan perubahan besar pada pasar, beragam merek produk kecantikan tersebut menyebabkan persaingan yang ketat dalam industri perawatan kulit. Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk kecantikan. Oleh karena itu produsen perlu mencoba untuk selalu memahami kebutuhan konsumen agar mendapatkan citra yang baik di benak konsumen. Dari persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus membuat strategi pemasaran.

Strategi pemasaran sangat penting bagi perusahaan, karena strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Perusahaan pun mulai membuat strategi pemasaran seperti mensponsori acara-acara tertentu untuk menarik perhatian konsumen agar mau membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan strategi pemasaran yang baik mampu menciptakan produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen yang mampu mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Keputusan Pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya. Keputusan Konsumen adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk

membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya (Kotler, 2009:184).

Keberhasilan perusahaan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varian-varian baru pada produk. Produk yang baik akan berpengaruh terhadap *brand image* dari suatu perusahaan.

Menurut Rangkuti (2009:90), *Brand Image* (Citra merek) adalah persepsi merek yang dihubungkan dengan asosiasi merek yang melekat dalam ingatan konsumen. Beberapa alat pemasaran yang dapat digunakan untuk menciptakan *brand image* adalah produk itu sendiri, kemasan/label, nama merek, logo, warna yang digunakan, titik promosi pembelian, pengecer, iklan dan semua jenis promosi lainnya, harga, pemilik merek, negara asal, bahkan target pasar dan pengguna produk.

Brand Image dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dalam menarik minat dan menjaga konsumen lama agar mampu mengingat ciri khas dari produk yang dikeluarkan oleh perusahaan yang digunakan untuk mendorong kesetiaan dan memberi kepercayaan terhadap produk yang digunakan. Sebuah perusahaan harus menciptakan *brand image* yang mudah diingat oleh konsumen dengan menciptakan produk sesuai dengan keinginan konsumen melalui diferensiasi produk.

Kotler (2016:26), mengemukakan bahwa diferensiasi produk merupakan strategi yang membuat produk berbeda dengan *competitor*,

sehingga hasil yang dapat dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat mempengaruhi pilihan dan kepentingan konsumen yang paling istimewa. Tujuan diferensiasi produk merupakan elemen dimana pelaku pasar berusaha membedakan produk mereka dengan produk pesaing suatu bentuk persaingan bukan harga. Agar produk suatu perusahaan dikenal oleh banyak masyarakat maka, sebuah perusahaan perlu memilih *brand ambassador* guna mempromosikan produk yang ada ke masyarakat luas.

Brand ambassador adalah pendukung iklan atau disebut juru bicara produk yang dipilih dari orang terkenal atau orang tidak dikenal yang mempunyai penampilan menarik untuk menarik perhatian dan ingatan konsumen, sehingga konsumen mau membeli merek tersebut (Kotler, 2009:181). Sebelum menggunakan *brand ambassador*, perusahaan harus melihat dan meneliti seperti apa selebriti atau selebgram yang akan digunakan apakah sesuai dengan karakteristik yang ada pada produk tersebut. Pemilihan *brand ambassador* yang dapat membantu pemasar dalam menginformasikan kualitas produk yang diciptakan.

Scarlett Whitening merupakan *brand* asal Indonesia yang menawarkan berbagai produk kecantikan yang dimiliki oleh artis Felicya Angelista dan sudah memiliki izin BPOM yang didirikan pada tahun 2017 dan saat ini sedang menjadi perhatian di kalangan wanita Indonesia. Mulai dari produk *Body Lotion, Body Scrub, Facial Wash, Shower Scrub, Shampo* dan *kondisioner, Toner, Moisturizer, Krim, Masker Wajah* dan *Serum*.

Scarlett Whitening merupakan salah satu produk kecantikan lokal yang akhir-akhir ini banyak dikenal oleh anak remaja dikarenakan banyak

sekali artis, selebgram dan orang yang berpengaruh membahas produk milik scarlett ini. Mereka menargetkan pembelian pada wanita dan juga pada kalangan remaja Indonesia. Banyak sekali manfaat yang didapat jika menggunakannya secara rutin. Produk *Scarlett Whitening* itu sendiri dijual dengan harga Rp 65.000 – Rp75.000.

Keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* mengalami banyak perubahan, hal tersebut terjadi dikarenakan banyaknya merek yang menjual produk dengan hal yang serupa, serta keadaan dimana konsumen melakukan pilihan yang dapat dipengaruhi oleh kemunculan produk baru, yang membuat pesaing dalam pasar industri kosmetik menjadi semakin ketat menciptakan perspektif pemasaran yang lebih luas dan berbeda, hal ini juga yang menyebabkan keputusan pembelian pada produk *Scarlett Whitening* mengalami penurunan.

Tabel 1.1

**Data Brand Kosmetik & Skincare Lokal terlaris
Di E- Commerce 2021**

NO	Nama Brand	Transaksi Penjualan
1	Pixy	Rp 31,2Milliar
2	Purbasari	Rp25,5Milliar
3	<i>Scarlett Whitening</i>	Rp 17,7 Milliar

Sumber : *Compas.co.id* 2021

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa PIXY masih menjadi bagian pertama dalam *brand* kosmetik dan *skincare* lokal terlaris di *E-Commerce* 2021 dengan transaksi penjualan sebesar Rp 31,2 Miliar, disusul dengan Purbasari dengan Transaksi penjualan sebesar 25,5 Miliar. Sedangkan produk *Scarlett Whitening* menjadi bagian ketiga atau terakhir dari Pixy dengan transaksi

penjualan sebesar Rp 17,7 Miliar. Dari permasalahan tersebut membuat produk *Scarlett Whitening* berada pada posisi terendah dari data Top Brand Kosmetik dan skincare lokal.

Tabel 1.2

Data Top Brand Kosmetik dan Skincare Lokal

No	Merek	2019	2020	2021	KET
1	Wardah	26%	28%	29%	Top
2	MS Glow	16%	16%	18%	Top
3	<i>Personal Beauty</i>	14%	14%	15%	Top
4	<i>Beleaysia Skincare</i>	11%	10%	11%	-
5	<i>DRW Skincare</i>	9%	9%	10%	-
6	<i>Paradiksin Glow</i>	8%	8%	8%	-
7	<i>Alfabelenskin</i>	7%	7%	7%	-
8	<i>Whitening Glossy Skin</i>	3%	3%	2%	-
9	<i>Scarlett Whitening</i>	3%	3%	2%	-
10	Theraskin	3%	2%	3%	-

Sumber :www.topbrandkosmetikskincare-award.com, tahun 2022

Tabel 1.2 menunjukkan selama waktu tiga tahun kedudukan *Scarlett Whitening* berada pada posisi kedua dari terakhir dengan persentase per tahunnya pada tahun 2019 sebesar 3% , tahun 2020 sebesar 3%, dan tahun 2021 2%. Hal ini mempengaruhi pada penjualan *Scarlett Whitening*.

Tabel 1.3

**Data Penjualan Produk *Scarlett Whitening*
Di Indonesia Tahun 2019- 2021**

NO	Nama Produk	Akumulasi Penjualan / Unit		
		2019	2020	2021
1	<i>Body Lotion Romansa</i>	11.000	10.000	8.553
2	<i>Body Lotion Freshy</i>	4.000	3.900	3.156
3	<i>Body Lotion Charming</i>	3.800	3.500	3.088
4	<i>Body Lotion Fantasia</i>	350	291	133
5	<i>Shower Scrub Pomegranate</i>	12.000	10.000	9.070
6	<i>Shower Scrub Mango</i>	720	677	469
7	<i>Shower Scrub Cucumber</i>	332	233	126
8	<i>Acne Serum</i>	15.000	10.000	7.074
9	<i>Brighty Ever After</i>	15.000	10.000	5.921
10	<i>Body Scrub Romansa</i>	12.000	10.000	4.219
11	<i>Body Scrub Pomegrante</i>	11.500	396	323
12	<i>Yordania Sea Salt Shampo</i>	5000	4800	2.232
13	<i>Yordania Sea Salt Conditioner</i>	5000	56	36
14	<i>Facial Wash</i>	20.000	10.000	7.154
	Total	115.702	73.850	51.554

Sumber : *Shopee, 2021*

Tabel 1.3 menunjukkan data penjualan produk *Scarlett Whitening* dari tiga tahun terakhir. Selama periode 2019 – 2021 jumlah penjualan *Scarlett Whitening* di Indonesia mengalami penurunan tiap tahun. Pada tahun 2019 total penjualan sebesar 115.702. Pada tahun 2020 total penjualan sebesar 73.850 dan pada tahun 2021 total penjualan sebesar 51.554. Permasalahan ini berpengaruh terhadap diferensiasi produk *Scarlett Whitening* yang kurang memahami keinginan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan pada data berikut.

Tabel 1.4

Data Perbandingan Produk *Scarlett Whitening, Pixy, Purbasari*

No	<i>Scarlett Whitening</i>	<i>Pixy</i>	<i>Purbasari</i>
1	<p><i>Facial Wash/ Sabun Cuci Muka</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Scarlett Whitening Brightening Facial Wash</i> 	<p><i>Facial Wash/ Sabun Cuci Muka</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Pixy Facial Foam Anti Acne</i> <i>Pixy Facial Foam Brightening</i> <i>Pixy White-Aqua Pore Cleanse</i> <i>Pixy Soft and Bright Whip Foam</i> <i>Pixy Deep Cleansing Face Wash</i> <i>Pixy White Aqua Pore Cleanse</i> <i>Pixy White- Aqua Clear Defense</i> 	<p><i>Facial Wash/ Sabun Cuci Muka</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Cleanface Liquid Facial Wash</i> <i>Cleanface Starter Pack Hydrating</i> <i>Cleanface Starter Pack Acne Care</i> <i>Cleanface Micellar Wter 3in1 For Oily Skin</i> <i>Cleanface Micellar Water 3in1 For Normal Skin</i>
2	<p><i>Moisturizer/ Pelembab</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Scarlett Whitening Acne Night</i> <i>Scarlett Whitening Acne Day</i> <i>Scarlett Whitening Brightly Ever After Night</i> <i>Scarlett Whitening Brightly Ever After Day</i> 	<p><i>Moisturizer / Pelembab</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Pixy Day Moisturizing Cream</i> <i>Pixy Radiant Finish Lightening Cream</i> <i>Pixy Radiant Finish Lightening Cream</i> <i>Pixy White Aqua Brightening</i> <i>Pixy Glowssentials All-In-One Gel</i> <i>Pixy Glowssentials Tone & Bright</i> <i>Pixy Glowssentials Sunshield Daily</i> 	<p><i>Moisturizer /Pelembab</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>New Cell Day Cream</i> <i>New Cell Night Cream</i> <i>Purbasari Pelembab Daily Series</i>
3	<p><i>Face Mist/ Toner</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Scarlett Whitening Acne Essence</i> <i>Scarlett Whitening Brightly Essence</i> 	<p><i>Face Mist/ Toner</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Pixy Glowssentials Vitamin Infused</i> <i>Pixy Glowssentials Vitamin Infused</i> <i>Pixy Aqua Beauty Protecting Mist</i> 	<p><i>Face Mist/Toner</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Cleanface Smooth Toner</i>
4	<p><i>Masker Wajah</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Scarlett Whitening Seriously Soothing and Hydrating Gel Mask</i> 	<p><i>Masker Wajah</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Pixy White-Aqua Serum Sheet Mask</i> <i>Pixy White-Aqua Serum Sheet Mask</i> <i>Pixy Glowssentials Smooth & Bright</i> 	<p><i>Masker Wajah</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Purbasari lulur wajah Cucumber with Rice Extract</i> <i>Purbasari lulurwajah Green Tea With Rice</i>

	2. <i>Scarlett Whitening Herbalism Mugwort Mask</i>	4. <i>Pixy Glowssentials Clay + Scrub Face</i>	<i>Extract</i> 3. <i>Purbasari lulur Wajah Aloe Vera With Rice Extract</i>
5	Serum 1. <i>Scarlett Whitening Acne Serum</i> 2. <i>Scarlett Whitening Brightly Serum</i> 3. <i>Scarlett Whitening Glowtening Serum</i>	Serum 1. <i>Pixy White Aqua Concentrated Brightening Serum</i>	Serum 1. <i>Cleanface Whitening Serum</i> 2. <i>Cleanface Acne Care Serum</i> 3. <i>Cleanface Intense Hydrating Serum</i>
6	Body Lotion 1. <i>Scarlett Whitening Romansa</i> 2. <i>Scarlett Whitening Freshy</i> 3. <i>Scarlett Whitening Charming</i> 4. <i>Scarlett Whitening Fantasia</i> 5. <i>Scarlett Whitening Joly</i>	Body Lotion 1. <i>Pixy Aqua-Protection Hydra Rich Body & Hand Lotion</i>	Body Lotion 1. <i>Purbasari Hand and Body Lotion Zaitun</i> 2. <i>Purbasari Hand and Body Lotion AloeVera</i> 3. <i>Purbasari Lotion Putih</i>
7	Body Care a. Lulur Badan/Body Scrub 1. <i>Scarlett Whitening Romansa Scrub</i> 2. <i>Scarlett Whitening Coffe Scrub</i> 3. <i>Scarlett Whitening Pomegrante Scrub</i> b. Sabun Mandi / Shower Scrub 1. <i>Scarlett Whitening Freshy</i> 2. <i>Scarlett Whitening Joly</i>	Body Care a. Lulur Badan/ Body Scrub — b. Sabun Mandi / Shower Scrub	Body Care a. Lulur Badan/ Body Scrub 1. <i>Purbasari Lulur Mandi Putih</i> 2. <i>Purbasari Lulur Mandi Bengkoang</i> 3. <i>Purbasari Lulur Pengantin Bengkoang</i> 4. <i>Purbasari Lulur mandi Susu Tube</i> 5. <i>Purbasari Lulur Pengantin Susu</i> 6. <i>Purbasari lulur Pengantin Mutiara</i> 7. <i>Purbasari Lulur Mandi Brightening</i> 8. <i>Purbasari Lulur Mandi Mutiara</i> 9. <i>Purbasari lulur</i>

	<ul style="list-style-type: none"> 3. <i>Scarlett Whitening Charming</i> 4. <i>Scarlett Whitening Cucumber</i> 5. <i>Scarlett Whitening Manggo</i> 6. <i>Scarlett Whitening Coffe</i> 7. <i>Scarlett Whitening Pomegrante</i> 	<p>–</p> <p>–</p>	<ul style="list-style-type: none"> <i>Mandi Putih</i> 10. <i>Purbasari Lulur Mandi Zaitun</i> 11. <i>Purbasari Lulur Mandi Green Tea</i> 12. <i>Purbasari Lulur Mandi Susu Bengkoang</i> 13. <i>Purbasari Lulur Mandi Aloe Vera</i> b. Sabun Mandi/ Shower Scrub 1. <i>Purbasari Sabun Mandi Putih</i> 2. <i>Purbasari Sabun Mandi Bengkoang Whitening</i> 3. <i>Purbasari Sabun Mandi Aloe Vera</i> 4. <i>Purbasari Sabun Mandi Zaitun</i> 5. <i>Purbasari Antibacterial</i> 6. <i>Purbasari Sabun Mandi Bengkoang Daun Sirih</i>
8	Makeup	Makeup <ul style="list-style-type: none"> 1. <i>Pixy Make It Glow BB Cream To</i> 2. <i>Pixy UVW Loose Powder</i> 3. <i>Pixy Two Way Cake Perfect Fit</i> 4. <i>Pixy UVW Stay Last Serum Foundation</i> 5. <i>Pixy UVW TWC Perfect Last</i> 6. <i>Pixy UVW Concealing Base</i> 7. <i>Pixy UVW BB Cream</i> 8. <i>Pixy Make It Glow Beauty Skin Primer</i> 9. <i>Pixy Make It Glow Dewy Cushion</i> 10. <i>Pixy Make It Glow Silky</i> 	Makeup <ul style="list-style-type: none"> 1. <i>Purbasari Oil Control Matte Powder Honey Beige</i> 2. <i>Purbasari Pore Perfecting BB Cushion Honey Beige</i> 3. <i>Purbasai Alas Bedak Natural</i> 4. <i>Purbasari Oil Control Matte Powder Natural</i> 5. <i>Purbasari Pore Perfecting BB Cushion Light Beige</i> 6. <i>Purbasari Oil Control Matte Powder Caramel</i> 7. <i>Purbasari Face Powder Daily Series Natural</i> 8. <i>Purbasari Alas Bedak Kuning</i>

			<p><i>Langsat</i></p> <p>9. <i>Purbsari Oil Control Powder Cream</i></p> <p>10. <i>Refill Pore Perfecting BB Cushion Light Beige</i></p> <p>11. <i>Purbsari Pore Perfecting BB Cushion Caremel</i></p> <p>12. <i>Purbsari Flawless Mate BB Two Way Cake Natural</i></p> <p>13. <i>Purbsari Alas Bedak Sawo Matang</i></p> <p>14. <i>Purbsari Brightening Cool BB Cream Natural</i></p> <p>15. <i>Purbsari Flawless Matte BB Two Way Cake Honey</i></p> <p>16. <i>Purbsari Blush On Daily</i></p> <p>17. <i>Purbsari Brightening Cool BB Cream Honey Beige</i></p> <p>18. <i>Purbsari kuning Langsat</i></p> <p>19. <i>Purbsari Alas Bedak Kuning Gading</i></p> <p>20. <i>Purbsari Flawless Matte BB Two Cake Light Brightening</i></p> <p>21. <i>Purbsari 3in1 Face Contour Kit</i></p> <p>22. <i>Refill Pore Perfecting BB Cushion Caramel</i></p>
9	Eye/ Mata	<p>EYE/Mata</p> <p>1. <i>Pixy Eyeshadow</i></p> <p>2. <i>Pixy 3-Shades EYE Shadow</i></p> <p>3. <i>Pixy Line &Shadow</i></p> <p>4. <i>Pixy Waterproof Mascara</i></p> <p>5. <i>Pixy Lash Fantasy Mascara</i></p> <p>6. <i>Pixy Volume & Curl Mascara</i></p> <p>7. <i>Pixy Intense To Last Pen Eyeliner</i></p>	<p>Eye/Mata</p> <p>1. <i>Purbsari Ultra Smooth Brow Liner Brown</i></p> <p>2. <i>Purbsari Ultra Smooth Brow Liner Black</i></p> <p>3. <i>Purbsari Intense Color Liquid Color</i></p> <p>4. <i>Purbsari Mascara Daily Series</i></p> <p>5. <i>Purbsari Volumizing Eyelashes</i></p>

		8. <i>Pixy Slim Line Matte Eyeliner</i> 9. <i>Pixy Perfectly Eyeliner</i> 10. <i>Pixy Eyeliner</i> 11. <i>Pixy Eye Brow</i> 12. <i>Pixy Eye Brow Crayon</i> 13. <i>Pixy Make It Glow That's My Brow</i> 14. <i>Pixy Make It Glow Ine It Out & Lash It Up</i>	6. <i>Purbasari Eyeshadow Daily Series</i> 7. <i>Purbasari Eyebrow Pensil sDaily Series</i> 8. <i>Purbasari Liquid Eyeliner Hydra Series</i> 9. <i>New Cell Eye Serum Roll On</i>
10	Lipstik	Lipstik 1. <i>Pixy Lip Conditioner</i> 2. <i>Pixy Get Inked</i> 3. <i>Pixy Silky Fit</i> 4. <i>Pixy Tint Me!</i> 5. <i>Pixy Matte In Love</i> 6. <i>Pixy Make It GlowCrayonttention</i> 7. <i>Pixy Lip Cream</i>	Lipstik 1. <i>Purbasari Lipstick Color Mate</i> 2. <i>Purbasari Hi-Matte Lip Cream</i> 3. <i>Purbasari 2in1 Collor Tint Cheek & Lip Tint</i> 4. <i>Purbsari Lip Tint</i> 5. <i>Brigtney Dreamy Matte Lip Cream</i>
11	Hair / Rambut 1. <i>Yordania Seasalt Shampo</i> 2. <i>Yordania Seasalt Conditioner</i> 3. <i>Yordania Seasalt Fragrance Shampo</i> 4. <i>Yordania Seasalt Fragrance Conditioner</i>	Hair /Rambut	Hair/ Rambut 1. <i>Onyx Hair Serum</i> 2. <i>Purbasari Minyak Zaitun</i>
12	Perawatan Kaki dan Perawatan Wanita	Perawatan Kaki dan Perawatan Wanita	Perawatan Kaki dan Perawatan Wanita a. Perawatan Kaki 1. <i>Kanna Krim Lembut</i> 2. <i>Kanna White</i> b. Perawatan Wanita 1. <i>Purbasari daun Sirih</i>
13	Antibacterial Produk	Antibacterial Produk	Antibacterial Produk 1. <i>Purbasari Sabun</i>

	-	-	Mandi Antibacterial 2. Origita Disinfectant Spay 3. Purbasari Hand Sanitizer 4. Purbasari Hand Sanitizer Spray 5. Purbasari Antibacterial Hand Wash Refill 6. Origita Antiseptic Disinfectant Cair 7. Purbasari Antibacterial Hand Wash Pump
	Total : 31 Produk	Total: 54 Produk	Total : 85 Produk

Sumber: Shopee, 2021

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa Purbasari memiliki total produk terbanyak yaitu sebesar 85 produk, posisi kedua brand Pixy dengan total produk 54 dan Scarlett Whitening berada pada posisi terakhir dengan total produk 31.

Selain melakukan diferensiasi produk, perusahaan juga perlu menggunakan *brand ambassador* untuk mempromosikan produk yang diciptakan. Penggunaan *brand ambassador* harus melihat seperti apa kualitas yang dimiliki dari *brand ambassador* yang digunakan sehingga berpengaruh pada produk yang dipromosikan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.5

Data Perbandingan Endoser Scarlett Whitening

NO	Nama Selebgram	Engagement/Indikator Interaksi Pengikut	Followers
1	Awkarin	9%	7,6 Juta
2	Anya Geraldine	9%	10,4 Juta
3	Rachel Vennya	3%	6,6 Juta

Sumber : www.tanke.com 2022

Tabel 1.5 menunjukkan bahwa Rachel Vennya dengan akun Instagram @rachelvennya terhitung 4 Maret 2022, Rachel Vennya memiliki followers Instagram sejumlah 6,6 Juta dan memiliki simbol *verified account* atau biasa yang disebut “centang biru” berada pada posisi terakhir dari tabel perbandingan *endorser* pada produk *Scarlett Whitening* dengan *engagement* sebesar 3%. Hal ini, dikaitkan dengan kasusnya yaitu kabur dari karantina di Wisma Atlet pada tanggal 18 September 2021. Sehingga *Scarlett Whitening* perlu memperhatikan dengan baik *brand ambassador* yang digunakan.

Selain fenomena, yang mendorong perlu dilakukan penelitian, yaitu masih adanya *research gap*.

Pengaruh diferensiasi produk (X1) terhadap *brand image* (Y1) berdasarkan penelitian Sari (2017), menunjukkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap *brand image* Warung Lesehan Pak H. Sholeh di Tongas Kabupaten Probolinggo. Hasil ini berbeda dengan penelitian Rosaliya (2019) mengemukakan bahwa diferensiasi produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *brand image* pada deterjen Rinso dan Daia (studi kasus ibu-ibu pada PKK Gladak Pakem Jember).

Pengaruh Diferensiasi produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y2), berdasarkan penelitian Sahetapy (2013), menunjukkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di UD Sinar Sakti Manado. Hasil ini berbeda dengan penelitian Akbar (2018), menunjukkan bahwa diferensiasi produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian donat Dunkin Donuts buah Batu Bandung.

Pengaruh *brand ambassador* (X2) Terhadap *Brand Image* (Y1) berdasarkan penelitian Muhamad Khoirul Aulia dkk (2018), menunjukkan bahwa *brand ambassador* memiliki berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand image*. Hasil ini berbeda dengan penelitian dari Listiwati (2019) menunjukkan bahwa *brand ambassador* tidak berpengaruh terhadap *brand image* pada jilbab Zoya Broni Kota Jambi.

Pengaruh *brand ambassador* (X2) terhadap keputusan Pembelian (Y2) berdasarkan penelitian Brestiliani (2017), menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online marketplace* Shopee pada mahasiswa STIESIA. Hasil ini berbeda dengan penelitian Osak dan Pasaribu (2020), menyatakan bahwa *brand ambassador* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian online Shopee.

Pengaruh diferensiasi Produk terhadap keputusan pembelian melalui *brand image*, berdasarkan penelitian Sari (2017) menunjukkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *brand image* Warung Lesehan Pak Haji Sholeh di Tongas Kabupaten Probolinggo. Hasil ini berbeda dengan penelitian Lepa (2018), menunjukkan bahwa diferensiasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *brand image* Mobil Agya pada PT. Hasjrat Abadi Manado.

Pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian melalui *brand image*, berdasarkan penelitian Probosini dkk (2021), menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *brand image*. Hasil ini berbeda dengan penelitian Silmi (2019),

brand ambassador tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *brand image*.

Uraian latar belakang dan *research gap* mendorong perlunya dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi Produk dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Pada Produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang”**.

B. Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi Konsumen tentang diferensiasi produk, *brand ambassador*, keputusan pembelian, *brand image* pada produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang?
2. Apakah diferensiasi Produk berpengaruh signifikan terhadap *brand Image* pada produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang?
3. Apakah *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap *brand image* pada produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang?
4. Apakah diferensiasi Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang?
5. Apakah *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang?
6. Apakah *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang?

7. Apakah *brand image* memediasi pengaruh diferensiasi produk dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, dapat dirumuskan tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui persepsi Konsumen tentang diferensiasi produk, *brand ambassador*, keputusan pembelian, *brand image* pada produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang.
2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh diferensiasi produk terhadap *brand image* pada produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang.
3. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image* pada produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang.
4. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang.
5. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pada produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang.
6. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang.
7. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *brand image* memediasi pengaruh diferensiasi produk dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pada produk *Scarlett Whitening* di Kota Kupang

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Membeli suatu produk kosmetik harus dapat dilihat dari segi kualitasnya dan mudah dijangkau agar tidak merasa rugi dalam membeli produk.

2. Manfaat Akademisi

Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya dengan topik yang berkaitan demi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan khususnya manajemen pemasaran.