

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia industri yang mengalami pertumbuhan dari waktu ke waktu, serta teknologi yang semakin maju mengakibatkan persaingan bisnis semakin ketat, hal ini mengakibatkan perusahaan semakin sulit menjaga kesetiaan konsumen dari para pesaing. Untuk itu hal yang perlu diperhatikan perusahaan adalah mempertahankan konsumen yang sudah ada saat ini. Kelangsungan hidup sebuah perusahaan tergantung pada kepuasan para konsumennya, untuk itu perusahaan harus memiliki daya saing yang tinggi agar dapat bertahan dalam bisnis yang sedang berjalan saat ini.

Perusahaan dalam aktivitasnya wajib mengelola kualitas pelayanan karena, perusahaan dengan pelayanan yang baik merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan dan dapat membentuk citra perusahaan secara positif di mata konsumen. Kualitas pelayanan merupakan titik awal dalam merebut pangsa pasar saat ini, untuk itu tingkat kepuasan tidak hanya perlu dipertahankan namun juga ditingkatkan agar dapat menghadapi persaingan dengan perusahaan lain.

Kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan perusahaan dapat diketahui bila perusahaan melakukan pengukuran dan pengujian terhadap konsumen, kualitas pelayanan di nilai sangat memuaskan bila dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Diharapkan dengan mengetahui hasil pengukuran kepuasan konsumen, maka perusahaan bisa menyiapkan strategi yang akan diterapkan perusahaan dalam rangka menciptakan loyalitas pelanggan. Tjiptono (2006) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan yang diinginkan.

Kotler dan Armstrong (2008) mendefinisikan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dan dalam memperagakan fungsinya yaitu, durabilitas, reliabilitas, ketepatan, keawetan, dan juga atribut produk lainnya.

Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa produk yang baik adalah produk yang berkualitas baik yang dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan konsumen sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan perusahaan. Jika kualitas suatu produk dapat memenuhi keinginan konsumen maka kepuasan akan lebih mudah dicapai.

Selain faktor kualitas produk, persepsi harga juga menjadi salah satu faktor kesuksesan dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harga (harga) secara tepat agar mencapai loyalitas pelanggan. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan sedangkan tiga unsur lainnya (produk, tempat, dan promosi). Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) Persepsi harga (price perception) adalah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Loyalitas pelanggan secara umum dapat di artikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu produk atau perusahaan. Menciptakan loyalitas pelanggan adalah tujuan penting bagi para pelaku bisnis, hal ini penting untuk menentukan sikap dan perilaku pelanggan untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Dengan cara ini kepuasan pelanggan akan diberikan dengan menanggapi kebutuhan dan harapan konsumen. Loyalitas pelanggan mencerminkan komitmen dan kecanduan pelanggan untuk bisnis atau merek (Bilgili, Candan, dan Bilgili, 2014).

Penampilan merupakan prioritas utama bagi kaum wanita sebagai bentuk dan upaya agar terlihat lebih cantik dan menarik dihadapan orang lain. Supaya lebih cantik dan menarik menggunakan kosmetik merupakan salah satu caranya. Kosmetik merupakan sebuah produk yang digunakan pada tubuh untuk mempercantik dan mengubah penampilan. Wardah merupakan salah satu *brand* Indonesia yang terkenal akan *image* halalnya, keberadaan *label* halal pada produk kosmetik memberikan nilai positif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan agar merasa nyaman dalam menggunakan produk. Kosmetik Wardah diproduksi oleh PT. Paragon Technology and Inovation pada tahun 1995 dan telah menghasilkan banyak produk kosmetik. Produk-produk kosmetik yang dihasilkan oleh Wardah,

seperti *foundation*, bedak padat, *facial wash*, serum, *mascara* dan lipstik. Di antara produk kosmetik yang dihasilkan tersebut, yang paling mudah untuk diaplikasikan ialah lipstik. Adapun jenis lipstik yang dihasilkan oleh Wardah ada dua macam, yakni lipstik padat yang disebut lipstik dan lipstik cair/krim yang disebut *lipcream*. *Lipcream* masuk ke dalam kategori lipstik yang merupakan pewarna bibir di mana saat ini *lipcream* sedang banyak digemari oleh kaum perempuan, dari muda hingga dewasa.

Hasil pantauan melalui *website* resmi wardah (Wardah *official shop*, 2022) dari sisi pelanggan mendapatkan kesimpulan yang berisi ulasan pelanggan yang sudah pernah membeli produk *lipcream* wardah mengatakan bahwa :

1. Respon gerai wardah untuk pertanyaan yang di ajukan pelanggan kurang cepat.
2. Sering terjadi kesalahan pengiriman ketika pelanggan membeli produk *lipcream* wardah via *online*.

Hasil pantauan melalui *website* resmi wardah (Wardah *official shop*, 2022) dari sisi kualitas produk *lipcream* wardah dapat disimpulkan bahwa :

1. Kerusakan pada kemasan (*Packaging*) produk
2. Label kadaluarsa (*Expire date*) tidak dicantumkan produk
3. *Lipcream* wardah yang di klaim bisa tahan lama untuk diaplikasikan ternyata tidak tahan lama setelah diaplikasikan.

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Lipcream 2022

No	Produk	<i>Lipcream</i>	Lipstik
1	Wardah	Rp. 56.700	Rp. 33.800
2	Emina	Rp. 36.800	Rp. 30.500
3	Purbasari	Rp. 35.000	Rp. 26.900

Sumber: Wardah *official shop*, Emina *official shop*,
Purbasari *official store* (2022)

Berdasarkan fenomena dan pengamatan secara langsung di gerai kosmetik wardah di dapatkan bahwa yang terjadi pada produk *lipcream* wardah mengalami banyak keluhan dari pelanggan karena masalah kualitas pelayanan seperti tidak

ada tanggapan mengenai pengiriman *lipcream* yang kurang dengan jumlah yang sudah di pesan serta warna *lipcream* yang tidak sesuai dengan pesanan pelanggan menyebabkan pelanggan merasa kesal dan memberikan komentar yang tidak baik. Hal ini menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan berkurang selain itu kurangnya kualitas pada produk *lipcream* wardah dalam penggunaannya tidak tahan lama serta salah satu pelanggan mendapatkan produk tidak ada *label* masa kadaluarsa dalam produk. Dampak dari kondisi tersebut pelanggan merasa kecewa dan beralih ke kompetitor lain, harga *lipcream* yang terlalu mahal di bandingkan dengan produk Emina dan Purbasari. Penelitian-penelitian terdahulu yang meneliti adanya pengaruh hubungan antara *service quality*, *product*, *price* terhadap *customer loyalty* (Ili, 2018; Siska, 2018; dan Usman, 2019), namun penelitian lain menjelaskan tidak ada pengaruh antara *service quality*, *product*, *price* terhadap *customer loyalty* melalui *satisfaction* (Natokusumo, 2019).

Dari uraian di atas terlihat bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, persepsi harga perlu di tingkatkan agar tercipta kepuasan pelanggan yang mengarah pada loyalitas pelanggan. Selain itu dari penelitian-penelitian sebelumnya masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*), sehingga penelitian ini masih perlu untuk dilakukan. Oleh karena itu peneliti mengajukan tema penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Pada Gerai Kosmetik Wardah Di Mega Bekasi Hypermall)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, rumusan masalah untuk penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada gerai kosmetik wardah.
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada gerai kosmetik wardah.
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada gerai kosmetik wardah.

4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada gerai kosmetik wardah.
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada gerai kosmetik wardah.
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada gerai kosmetik wardah.
7. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada gerai kosmetik wardah.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada gerai kosmetik wardah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada gerai kosmetik wardah.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada gerai kosmetik wardah.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada gerai kosmetik wardah.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada gerai kosmetik wardah.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada gerai kosmetik wardah.
7. Untuk mengetahui persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada gerai kosmetik wardah.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan akan menambah ilmu pengetahuan dan penerapannya kedalam dunia praktek manajemen pemasaran khususnya tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Persepsi Harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam melaksanakan penelitian selanjutnya, dengan variabel penelitian yang berbeda atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi serta masukan agar pemilik usaha dapat mengembangkan usahanya khususnya dalam bidang kualitas pelayanan, produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Bagi Masyarakat Umum
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi sekaligus referensi untuk perkembangan ilmu pendidikan.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian melakukan pembatasan masalah untuk mencegah terlalu luasnya cakupan penelitian antara lain :

1. Penelitian ini hanya mengkaji penyebab loyalitas konsumen yang disebabkan oleh kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, produk dan persepsi harga.
2. Penelitian ini di fokuskan hanya pada gerai kosmetik wardah.
3. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2022 – Juni 2022
4. Penelitian ini dilakukan kepada pelanggan produk *lipcream* wardah di Mega Bekasi Hypermall.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini digunakan untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini diuraikan secara keseluruhan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini diuraikan mengenai tinjauan teori yang mendeskripsikan tentang kualitas pelayanan, produk, dan harga. Serta membahas tentang *review* penelitian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, model penelitian, jenis dan sumber data, definisi dan pengukuran variabel, metode analisis data dan pengajuan hipotesis.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan deskripsi tentang objek penelitian, deskripsi data penelitian, dan pembahasan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini penulis kesimpulan tentang hasil penelitian dan pembahasan serta implementasi manajerial yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.