

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis berkembang dengan pesat di era globalisasi yang sekarang sedang berlangsung. Karena itu perusahaan tidak akan dibedakan dari pesaing saat ini sampai perusahaan dituntut untuk menciptakan suatu system yang berkaitan dengan pemasaran yang efektif untuk bisnis yang aktif di suatu bidang industri atau jasa (Andhika et al., 2020).

Suatu perkembangan teknologi yang semakin maju saat ini yang dapat mendorong suatu bisnis Indonesia untuk bersaing ketat. Dengan segmentasi pasar dan taktik pemasaran yang tepat bisnis harus mampu bertahan dan tumbuh dalam menghadapi persaingan komersial jangka panjang. Kepuasan konsumen merupakan komponen yang penting dalam pemasaran. Kepuasan konsumen sangat penting bagi bisnis untuk menjaga kepercayaan konsumen sehingga dapat mendorong konsumen untuk mempromosikan proses pembelian berulang dari konsumen yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan (Tri Palupi & Ratmono, 2020).

Fenomena yang terdapat sampai saat ini di kalangan wanita adalah bahwa kecantikan dan penampilan menarik bekerja sebagai magnet dan memainkan peran penting. Karena kebanyakan wanita mengutamakan kecantikan maka kebanyakan wanita menjalani berbagai jenis perawatan baik fisik maupun non

fisik untuk menjaga kecantikan dan menjaga penampilan agar tetap menarik. Oleh karena itu kebanyakan konsumen memilih perusahaan kecantikan yang memberikan kualitas yang baik dalam hal produk atau kebutuhan yang mereka butuhkan serta kinerja karyawan (Gumanti & Utami, 2021).

Salah satu kebutuhan paling penting bagi sebagian besar wanita adalah koleksi kosmetik. Selain itu para wanita juga akan sering menggunakan produk perawatan kulit dalam merawat tubuhnya. Akibatnya berbagai bisnis kosmetik melanjutkan upaya untuk memenuhi harapan konsumen akan kosmetik dengan mengembangkan produk baru yang dapat disesuaikan agar sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen.

Pada saat ini pemasaran memainkan fungsi yang sangat penting baik bagi perusahaan yang memproduksi produk dan perusahaan yang menawarkan jasa karena merupakan salah satu aspek utama yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

Konsumen memiliki berbagai faktor untuk dipertimbangkan saat memilih produk *skincare* yang membantu konsumen membuat pilihan dalam melakukan pembelian yang lebih tepat. Namun dalam penelitian ini pengukuran dilakukan dengan menggunakan berbagai variabel antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pembelian *skincare*. Perlu adanya suatu rencana atau strategi pemasaran yang efektif dalam hal kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi yang dapat menghasilkan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan faktor terpenting dalam berbagai aktivitas bisnis. Kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi perbedaan

yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja yang dirasakan. Jika konsumen puas dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya maka perusahaan diuntungkan. Kesenjangan antara harapan konsumen dan hasil yang dirasakan adalah komponen kunci dari tingkat kepuasan konsumen.

Kualitas produk memiliki arti penting yang bersifat positif bagi perusahaan karena tanpa adanya kualitas produk yang memadai perusahaan tidak akan dapat memperoleh manfaat apa pun dari usahanya. Ketika seorang konsumen membeli suatu produk, dia pada dasarnya membeli bukan hanya barang itu sendiri tetapi juga manfaat dan keuntungan yang dapat diperoleh melalui penggunaan produk yang dibeli (Aditia et al., 2020).

Kualitas produk adalah jumlah dari semua fitur dan kualitas yang dimiliki suatu produk atau jasa, dan ditentukan oleh seberapa baik produk memenuhi tuntutan konsumen yang ada di harapan konsumen. Oleh karena itu agar suatu perusahaan dapat mencapai kepuasan konsumen perusahaan perlu memiliki suatu produk dan manfaat yang lebih sehingga produk yang dihasilkan berbeda dengan produk yang dipasarkan oleh perusahaan lain (Efendi et al., 2020).

Agar suatu perusahaan tetap bertahan serta dapat bersaing maka perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas produk dan harus dipertahankan pada tingkat tinggi untuk memastikan bahwa konsumen terus menemukan kepuasan konsumen pada saat membeli produk tersebut (Rachmawati et al., 2021).

Kualitas produk adalah pengetahuan bahwa barang-barang penjual memiliki nilai jual yang lebih tinggi daripada produk pesaing. Akibatnya suatu perusahaan berusaha untuk berkonsentrasi pada kualitas produk dan membandingkannya dengan barang yang diberikan oleh pesaing. Namun sebuah produk dengan tampilan terbaik atau bahkan lebih baik bukanlah kualitas tertinggi jika penampilannya tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar (Basyir & Budiara, 2021).

Kualitas pelayanan adalah yang paling sering membantu pelanggan merasa nyaman saat membeli. Karena komponen layanan manusia merupakan faktor penentu dalam keberhasilan dan efisiensi produksi tujuan organisasi adalah mungkin untuk mengatakan bahwa keberhasilan ditentukan oleh orang-orang. Karena manusia merupakan pelaksana kegiatan dalam rangka pencapaian tujuan, maka berhasil tidaknya suatu organisasi dalam mencapai tujuan akan sangat dipengaruhi oleh keberhasilan individu dalam melaksanakan tugas yang dikerjakannya (Erinawati & Syafarudin, 2021).

Promosi memiliki dampak yang signifikan terhadap penjualan perusahaan. Promosi yang sukses akan berdampak pada proses penjualan yang berkelanjutan. Promosi perusahaan akan meningkatkan kesadaran dan kepercayaan pelanggan terhadap barang yang kami sediakan. Promosi yang baik adalah promosi yang menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami. Selanjutnya, promosi merupakan aspek penting dalam membuat inisiatif pemasaran dikenal masyarakat umum. Promosi yang dilakukan di antaranya demi kenyamanan pengguna dan juga teknik marketing yang kuat menjadi salah satu bentuk promosi produk

kecantikan dengan menggunakan sosial media, sebagai sarana promosi untuk mengangkat popularitas produk.

Kedas beauty merupakan sebuah merek skincare yang didirikan pada tahun 2019 oleh Candra Dewi Maharani asal bali yang lahir pada tahun 1998. Produk skincare tersebut terdiri dari berbagai macam perawatan kecantikan dan telah memiliki banyak agen dan reseller yang tersebar di seluruh daerah-daerah yang ada di Indonesia. Produk kecantikan yang diproduksi oleh Candra Dewi Maharani yaitu body serum, scrub, sabun pemutih dan berbagai produk kecantikan lainnya pernah mendapatkan penghargaan sebagai kosmetik terbaik di tahun 2020.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Penjualan

No	Bulan	Jumlah
1	Oktober	60
2	November	67
3	Desember	59
4	Januari	56
5	Februari	53
6	Maret	58

Sumber : Yasstore Kedas Beauty, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat penjualan berbagai macam produk kecantikan yang tidak stabil pada setiap bulan, terbukti bahwa pelanggan akan sulit merasa puas. Permasalahan yang terjadi pada kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi yang masih kurang.

Kualitas produk kedas beauty memiliki beberapa kekurangan seperti kemasan produk yang kurang menarik, permasalahan selanjutnya yaitu kualitas pelayanan yang masih kurang, yaitu respons atau tanggapan yang lambat terhadap pelanggan, sehingga pelanggan akan sulit merasa puas terhadap pembelian

produk. Adapun permasalahan lainnya menyangkut promosi yang jarang dilakukan untuk menarik konsumen atau pelanggan, Adapun promosi yang dilakukan hanya dalam rentang waktu yang singkat sehingga membuat jalannya promosi kurang maksimal.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut, dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan konsumen Pada Pengguna Skincare Kedas Beauty Di Kota Batam”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang, maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas produk yg kurang menarik
2. Kualitas pelayanan yang dilakukan kurang memuaskan untuk para konsumen.
3. Periode promosi yang cukup singkat membuat jalannya promosi kurang maksimal.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membuatu suatu batasan masalah yang memiliki batasan masalah sebagai berikut:

1. Responden yang di teliti adalah konsumen dari pengguna skincare kedas beauty di kota Batam.
2. Objek yang di teliti adalah Skincare Kedas Beauty.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di uraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Skincare Kedas Beauty?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Skincare Kedas Beauty?
3. Apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Skincare Kedas Beauty?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada pengguna Skincare Kedas Beauty?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam membeli.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam membeli.
3. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen terhadap.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau informasi tambahan kepada perusahaan dan dapat digunakan untuk mengembangkan kebijakan baru dalam strategi pemasaran yang secara khusus terkait dengan faktor-faktor penelitian ini atau variabel yang memengaruhi kepuasan konsumen.

2. Bagi Penulis

Studi ini digunakan untuk mengembangkan teori kepuasan konsumen serta keahlian dan wawasan penulis tentang penerapan teori-teori selama menempuh pendidikan.