

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Saat ini persaingan dibidang kecantikan terbilang sangat ketat seiring dengan perkembangan teknologi, budaya dan meningkatnya kebutuhan masyarakat, untuk dapat mempengaruhi pola pemakaian dan cara dalam memenuhi kebutuhan yaitu kecantikan. Saat ini pelanggan dihadapkan berbagai alternatif untuk memilih sesuai dengan minat dan kebutuhannya. Tidak hanya sekedar membeli produk namun pelanggan sekaligus membeli pelayanan yang menyertainya. Pelanggan pada umumnya akan merasa senang jika dilayani dengan ramah, sopan, penuh perhatian dan dipandang penting sehingga muncul kepuasan dalam membeli produk atau jasa tersebut. Kualitas pelayanan dipusatkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, pelayanan menjadi hal yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan. Outlet kosmetik perlu memastikan pelanggan merasa puas serta menjaga kelangsungan bisnis dibidang kecantikan, agar dapat bertahan ditengah persaingan. Strategi harga yang diterapkan dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tidak terlepas dari kepuasan pelanggan.

Harga dan kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan akan membuat pelanggan menjadi tidak puas. Harga dinilai oleh konsumen disebabkan oleh pelayanan yang diterima oleh pelanggan, yang bisa menimbulkan rasa puas atau tidak puas (Suwandi, Sularso, & Suroso, 2015: 69). Harga memiliki

sifat yang berubah-ubah dengan cepat. Harga merupakan unsur dari bauran pemasaran yang bersifat fleksibel artinya dapat berubah secara cepat (Muzayanah & Sugiyono, 2017: 3). Dalam penetapan harga perusahaan perlu memperhatikan besar kecilnya harga yang di tetapkan, karena dapat mempengaruhi pelanggan untuk membeli suatu produk. perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya(Putra, Sumowo, & Anwar, 2017: 101). Selain harga salah satu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan sangat erat dengan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik akan memberikan suatu kepuasan dari pelanggan tersebut. Hasil penelitian Fullerton and Taylor (2002) menemukan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan (Suwandi et al., 2015: 69).Perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang tidak sesuai harapan pelanggan akan membuat pelanggan tersebut menjadi tidak puas, sehingga banyak perusahaan yang memperbaiki kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan (*Service Quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang secara nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (Harjati & Venesia, 2015: 66).Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penentu dalam kepuasan pelanggan, sebab pelanggan yang merasa nyaman akan terus menggunakan produk tersebut.

Kualitas layanan adalah salah satu faktor yang tak kalah pentingnya dalam menciptakan nilai kepuasan pelanggan, karena dengan adanya kualitas layanan yang baik, pelanggan akan merasa nyaman dan akan cenderung untuk tetap menggunakan produk yang di tawarkan (Manus & Lumanauw, 2015: 696).

Pelanggan akan merasa puas jika apa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas (Maimunah & Djawoto, 2017: 4). Strategi harga menjadi faktor dalam penentu kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tidak terlepas dari strategi harga yang digunakan, kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang dibereh perusahaan itu sendiri (Muzayanah & Sugiyono, 2017: 2). Dengan cara memperbaiki kualitas pelayanan dan penetapan harga yang tepat, sehingga perusahaan dapat mempertahankan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk dipertahankan perusahaan dengan caramemperbaiki serta menjaga kualitas produk dan kualitas layanan yang ada, serta lebih jeli dalam hal penetapan harga (Manus & Lumanauw, 2015: 696).

Didirikan pada tahun 1967, Oriflame adalah perusahaan kecantikan yang menjual langsung di lebih dari 60 negara. Portofolio luas dari produk kecantikan Swedia yang terinspirasi oleh alam, inovatif dipasarkan melalui sekitar 3 juta konsultan oriflame independen, menghasilkan penjualan tahunan sekitar 1,4 miliar. Penghormatan pada orang dan alam mendasari prinsip-prinsip operasional oriflame dan tercermin dalam kebijakan sosial dan lingkungannya. Oriflame mendukung banyak badan amal di seluruh dunia dan merupakan salah satu pendiri

Yayasan Anak Dunia. Oriflame adalah grup perusahaan Swiss yang terdaftar di Bursa Nasdaq Stockholm ([www.oriflame.com](http://www.oriflame.com)).

Seiring berkembangnya teknologi muncul berbagai brand kosmetik dipasaran. Munculnya brand-brand baru dengan harga yang terjangkau membuat semakin ketat persaingan diantara brand yang ada baik itu lokal maupun brand asing. Beragam brand yang muncul sehingga membuat pelanggan menjadi selektif dalam memilih produk yang akan dibelinya. Perusahaan harus menerapkan harga terjangkau dan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Produk oriflame mampu bersaing dengan produk-produk dari brand yang ada di pasaran. Tingginya harga produk yang diterapkan oriflame sehingga pelanggan lebih memilih untuk membeli produk yang sedang diskon daripada membeli produk yang tidak diskon. Setiap bulannya oriflame selalu memberikan diskon pada produk tertentu. Harga yang tinggi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ada beberapa pesaing oriflame dari bran lokal yang menawarkan kosmetik dengan harga yang terjangkau salah satunya adalah make over. Berikut ini adalah tabel data harga produk oriflame dengan produk make over.

**Tabel 1.1** Data Harga Produk

Oriflame			Make Over	
No	Nama Produk	Harga	Nama Produk	Harga
1	Giordani gold iconic matte lipstick	Rp 229.000,-	Ultra hi-matte lipstick	Rp 89.000,-
2	Giordani gold youthful radiance elixir primer	Rp 299.000,-	Hydration serum face primer	Rp 109.000,-
3	Giordani gold long wear mineral foundation	Rp 329.000,-	Ultra cover liquid matt foundation	Rp 135.000,-
4	Giordani gold secret concealer	Rp 199.000,-	Camouflage cream face concealer	Rp 135.000,-

Lanjutan tabel 1.1

5	Giordani gold sheer powder	Rp 329.000,-	Perfect cover two way cake	Rp 150.000,-
6	Giordani gold bronzing pearls	Rp 229.000,-	Cheeks marbels	Rp 185.000,-
7	Giordani gold liquid/gel eye liner	Rp 199.000,-	Eye liner liquid/pencil	Rp 80.000,-
8	Giordani gold eye shadow quad	Rp 279.000,-	Eye shadow palette	Rp 195.000,-
9	Giordani gold incredible length mascara	Rp 229.000,-	Ultimate lash mascara	Rp 115.000,-
10	Giordani gold double-ended brow pencil	Rp 159.000,-	Eye brow definition kit	Rp 110.000,-

Sumber: Katalog oriflame, [www.makeoverforall.com](http://www.makeoverforall.com)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa harga oriflame lebih tinggi dari pesaingnya sehingga banyak pelanggan yang memilih untuk menggunakan produk dengan harga yang lebih terjangkau.

Pelayanan yang diberikan perusahaan menjadi salah satu cara untuk membangun dan mempererat hubungan baik dengan pelanggan. Oriflame memberikan kemudahan untuk memesan produk melalui member. Jika pelanggan yang ingin pesannya cepat sampai tepat waktu dan sampai di alamat pelanggan dengan menambah biaya pengiriman. Pelanggan yang tidak ingin menambah biaya pengiriman harus menunggu pesanan yang datang, sehingga membutuhkan waktu untuk sampai ke pelanggan tersebut. Proses pengiriman yang lama membuat pelanggan menunggu datangnya pesanan sehingga membuat pelanggan mengeluh karena barang yang dipesan datang tidak sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan agar pelanggan mendapatkan kepuasan. Berikut ini adalah tabel data pengiriman produk oriflame Batam.

**Tabel 1.2** Data Pengiriman Produk Oriflame Batam

No	Target Pengiriman	Realisasi	Keterangan
1	3 Hari	5 Hari	2 Hari
2	2 Hari	4 Hari	2 Hari
3	2 Hari	5 Hari	3 Hari
4	3 Hari	5 Hari	2 Hari
5	3 Hari	5 Hari	2 Hari
6	3 Hari	4 Hari	1 Hari
7	2 Hari	4 Hari	2 Hari
8	2 Hari	4 Hari	2 Hari
9	3 Hari	7 Hari	4 Hari
10	2 Hari	4 Hari	2 Hari
11	2 Hari	5 Hari	3 Hari
12	3 Hari	4 Hari	1 Hari
13	3 Hari	6 Hari	3 Hari
14	2 Hari	4 Hari	2 Hari
15	3 Hari	5 Hari	2 Hari

Sumber: SPO Batam Tumi Lestari, 2018

Standar untuk proses pengiriman yaitu 3 hari, namun dapat dilihat dari tabel diatas bahwa ada beberapa proses pengiriman yang melebihi dari standar yang telah ditentukan.

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya suatu perusahaan tersebut. Harga yang tinggi dan pelayanan dalam pengiriman yang lama dapat berakibat pada puas atau tidaknya pelanggan. Perusahaan harus memberikan harga dan kualitas pelayanan yang baik untuk menciptakan rasa kepuasan dalam diri pelanggan.

Menurut penelitian (Omar, Fadzil, & Ahmad, 2016) ”*Service Quality, Customers’ Satisfaction and the Moderating Effects of Gender: A Study of Arabic Restaurants*” dengan hasil *the attributes-tangibles, assurance and empathy are found to have significant relationship with customer satisfaction, but the relationship with the other two attributes – reliability and responsiveness is insignificant. In*

*addition, gender plays a significant effect in the relationship between service quality and customer satisfaction.* Maksudnya atribut-tangibles, jaminan dan empati ditemukan memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan, tetapi hubungan dengan dua atribut lainnya - keandalan dan respon tidak signifikan. Sebagai tambahan, gender memainkan pengaruh yang signifikan dalam hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Oriflame di Kota Batam”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berikut identifikasi masalah dari latar belakang di atas yaitu :

1. Munculnya brand-brand baru dengan harga yang terjangkau.
2. Tingginya harga yang diterapkan oriflame.
3. Pelanggan lebih untuk membeli produk yang diskon
4. Diskon yang diberikan hanya pada produk tertentu setiap bulan.
5. Penambahan biaya pengiriman untuk pelanggan yang ingin pesanannya sampai ke alamat dan tepat waktu.
6. Pelanggan yang tidak ingin untuk menambah biaya pengiriman harus menunggu datangnya pesanan tersebut.
7. Proses pengiriman yang lama sehingga membuat pelanggan mengeluh karena barang yang dipesan datang tidak sesuai dengan yang diinginkan.
8. Harga yang tinggi dan pelayanan dalam pengiriman yang lama dapat berakibat pada kepuasan pelanggan.

### **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen: Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2).
2. Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Penelitian ini dilakukan pada Kecamatan Sei beduk yang menggunakan produk oriflame.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada produk oriflame di kota Batam?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada produk oriflame di kota Batam?
3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada produk oriflame di kota Batam?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk oriflame di kota Batam.
2. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada produk oriflame di kota Batam.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada produk oriflame di kota Batam.

## **1.6. Manfaat penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, maka penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk:

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan teori tentang harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
2. Menambah referensi penelitian dibidang pemasaran, khususnya penelitian tentang harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.
3. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

1. Bagi Masyarakat

Manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini adalah masyarakat dapat mengetahui kualitas pelayanan oriflame di kota Batam.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mendapatkan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan wawasan di bidang harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada produk oriflame di kota Batam.

### 3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi dalam usaha meningkatkan kualitas layanan lebih untuk memuaskan pelanggan serta untuk meningkatkan tingkat layanan di masa kini dan di masa mendatang demi kepuasan pelanggan oriflame di kota Batam.