

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini membawa berbagai perubahan pada kehidupan manusia termasuk dengan pola kehidupan seseorang. Gaya kehidupan adalah pola yang mencerminkan aktivitas manusia dalam mengonsumsi uang dan waktu. Dalam masa sekarang, seseorang **banyak** menggunakan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan dan juga gaya hidupnya termasuk dengan pemakaian produk kecantikan. Produk kecantikan banyak diminati oleh kalangan masyarakat salah satunya pada kalangan remaja, mereka sadar akan perawatan kulit sangatlah dibutuhkan pada saat ini, guna untuk merawat kulit agar tetap terlihat cantik dan mampu meningkatkan rasa percaya diri. Dengan seiring berjalannya waktu produk kecantikan tidak hanya untuk wanita, namun dikembangkan dan dinovasi sehingga terdapat produk-produk kecantikan yang ditawarkan untuk kaum laki-laki dan juga anak-anak.

Pemilihan dalam produk kecantikan perlu memperhatikan komposisi dan juga kualitas dari produk, apakah telah sesuai dengan kondisi kulit sehingga tidak memberikan efek samping pada kerusakan kulit terutama pada kulit wajah. Kerusakan pada kulit wajah juga dapat disebabkan oleh paparan sinar matahari tanpa adanya perlindungan. Perlindungan ini dapat melindungi kulit wajah dari sinar ultraviolet (UV) khususnya UVA dan UVB yang dapat menyebabkan masalah pada kulit seperti kulit terbakar dan penuaan dini seperti yang diketahui

bahwa Indonesia merupakan negara tropis yang terletak didekat garis katulistiwa sehingga dapat mengakibatkan paparan sinar matahari secara langsung. Untuk menghindari kulit wajah dari sinar UVA dan UVB perluh perlindungan dengan memakai tabir surya atau yang sering disebut dengan sunnscreen. Menurut Nur Fitriani & Asteria, (2023) Sunscreen atau biasa disebut tabir surya mampu menjaga kulit dari paparan sinar matahari secara langsung, kebanyakan produk tabir surya menggunakan senyawa sintetik seperti titanium dioksida . jika senyawa sintetis ini digunakan secara terus menerus dapat menyebabkan kerusakan pada kulit. sehingga perusahaan kosmetik sedang berlomba-lomba dalam mengembangkan produknya yang diinovasi dengan menggunakan bahan alami sehingga mendapat respon baik dari masyarakat. Hal ini yang menjadikan peluang bagi perusahaan kosmetik dalam memasarkan produk sunscreennya. Salah satunya produk sunscreen lokal yang sangat diminati oleh masyarakat adalah Wardah yang mempunyai manfaat utama yaitu UV Shield Essential Gel SPF 35 PA+++ yang dapat melindungi dari sinar UV berbahaya. Berikut hasil pemasaran produk top brand sunscreen lokal sebagai berikut.

Tabel 1.1 TOP 10 Brand *sunscreen* lokal

NO	Merek	TBL
1.	Azarine	49,33%
2.	Emina	19,73%
3.	Madame Gie	12,31%
4.	Wardah	10,26%
5.	Carasun	6,40%
6.	Somenthic	2,24%
7.	Whitelab	1,34%
8.	Avoskin	0,71%

NO	Merek	TBL
9.	Erha	0,58%
10.	Lacoco en Nature	0,24%

Sumber:<https://compas.co.id/article/10-top-brand-sunscreen-lokal-terlaris-2022/>

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa dari Top Brand *sunscreen* local terlaris pada tahun 2022 menunjukkan presentase produk *sunscreen* Wardah masuk dalam jajaran top brand *sunscreen* ke 4 dengan volume 10,26%,. Dalam perhitungan persaingan, membuktikan bahwa *sunscreen* Wardah mampu bersaing dengan produk lokal lainnya. Tidak terlepas dari Perusahaan Wardah yang selalu menjaga kualitas dan mereknya. Dengan persaingan yang mengandalkan kualitas dan merek inilah yang dapat menimbulkan persaingan ketat agar tetap mendapatkan konsumen. Produk *sunscreen* wardah mempunyai kualitas yang sangat bagus sehingga dapat menarik banyak konsumen, beberapa kandungan yang terdapat pada *sunscreen* Wardah diantaranya Vitamin C, Glutathione, Vitamin BE, dengan kualitas produk *sunscreen* Wardah yang dapat membantu melindungi dari paparan sinar matahari, maka kualitas produk yang dimiliki oleh *sunscreen* Wardah ini dapat mempengaruhi kepuasan terhadap konsumen.

Hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen mempunyai hubungan sangat erat, oleh karena itu apabila barang yang diberikan oleh Perusahaan mempunyai kualitas yang sangat bagus maka mereka akan merasa senang atas penawaran barang yang diberikan, Perusahaan harus tetap mempertahankan kualitas produk atau menambah inovasi baru terhadap produknya sehingga konsumen tidak mudah dipengaruhi oleh produk yang lain. Kualitas produk adalah sebuah kegunaan pada produk untuk digunakan

manfaatnya, adapun pemanfaatan yang termasuk diantaranya kehandalan, ketelitian, daya tahan yang akan diberikan, kemudahan untuk digunakan dan perbaikan, serta elemen lainnya yang terlibat dalam produk secara bersamaan Kotler (2012).

Perdagangan merupakan suatu kegiatan bidang ekonomi dimana barang-barang dibeli dan dijual kembali atau disewakan guna mendapatkan sebuah keuntungan atau laba, Taufiq, (2019:15) .Selain melihat kualitas produk, konsumen juga cenderung mempertimbangkan harga, karena harga menjadi patokan dalam membandingkan suatu produk. Harga adalah komponen yang menjadi penentu seberapa besar perusahaan akan memperoleh keuntungan dari hasil penawaran pada produk baik berupa barang ataupun pelayanan, tetapi disisi lain penentuan harga tidak mudah untuk dilakukan. J.J Lenzun., J.D.D (2014) mengemukakan bahwasannya harga merupakan penjelasan manfaat barang atau layanan yang menjadi faktor pada bauran pemasaran yang sangat elastis. Hubungan antara harga yang ditawarkan terhadap kepuasan konsumen mempunyai kaitan yang erat, ketika harga yang ditentukan sama dengan apa diinginkan konsumen maka konsumen akan senang. Selain harga adapun elemen yang dapat dipengaruhi oleh kepuasan konsumen yaitu Citra merek, Citra Merek juga tidak luput pada pertimbangan konsumen dalam mengukur tingkat kepuasannya.

Citra merek adalah gambaran umum tentang merek serta bentuk dari nilai dan pandangan era lampau pada merek Sondakh,(2014) . Hal ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, baiknya suatu perusahaan dalam memahami

dan mengolah Citra merek mereka dengan baik agar dapat mempengaruhi kepercayaan dan preferensi konsumen pada merek mereka. Citra merek dengan kepuasan konsumen mempunyai hubungan pengaruh yang sangat baik. Oleh karena itu perusahaan perlu menjaga kepuasan konsumen agar dapat mencegah ketika terdapat persaingan barang. Kepuasan konsumen adalah timbulnya respon menyukai dan tidak menyukai yang dirasa oleh konsumen, hal tersebut dikarenakan membandingkan manfaat produk dengan harapannya. Nugroho (2015) menunjukkan bahwa elemen terpenting untuk memajukan upaya pemasaran pada perusahaan adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan dirasakan ketika kuantitasnya bertambah dan memenuhi harapan yang diinginkan. Menurut Na & Hipertensiva,(2018), jika konsumen merasa senang dengan penawaran yang dibagikan terhadap barang ataupun layanan, kemungkinan pula mereka terus tetap menjadi konsumen untuk waktu yang lama. Kepuasan konsumen dijabarkan dengan tingkat pandangan setelah membandingkan dengan harapannya.

Adapun beberapa penelitian dahulu yang relevan pada temuan ini salah satunya (Bilgies, 2016) berstudi peran kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. Menjelaskan bahwasannya produk berkualitas tinggi meningkatkan kepuasan konsumen, Berbeda dengan harga tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, sebaliknya kualitas pelayanan berdampak baik pada konsumen, sehingga konsumen merasa puas.

Penelitian menurut Charlie & Rezi, (2019) yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Mangkok

Ku". Perolehan hasil menunjukkan citra merek tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, untuk meningkatkan kepuasan konsumen di restoran mangkok ku, pelayanan harus ditingkatkan.

Penelitian menurut Laili & Canggih, (2021)"Pengaruh Kualitas Produk, citra merek, dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya)" menunjukkan bahwa label halal dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan citra merek tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian diatas mempunyai ketidak samaan pada penelitian terdahulu, dimana perbedaan yang terdapat pada penelitian ini nantinya dapat menyatakan hasil yang berbeda dalam penelitian yang diteliti. Adapun perbedaannya dapat dilihat dari beberapa hal, yakni: (1) responden; (2) subjek penelitian; (3) lokasi penelitian; (4) komposisi variabel; dan (5) periode penelitian.

Subjek pada penelitian ini adalah produk kecantikan Wardah, alasan dari pemilihan produk Wardah pada penelitian ini dikarenakan produk Wardah adalah sebuah produk kecantikan yang terkenal di Indonesia. Wardah merupakan produk kecantikan dengan kualitas produk yang baik dimana menggunakan produk dengan kandungan SPF 35 sehingga dapat membantu menjaga paparan dari sinar matahari.

Fenomena yang terjadi pada Wardah inilah yang menjadikan faktor menarik untuk dieksplorasi lebih lanjut terkait dengan kepuasan konsumen Wardah. Simpulan pada penjelasan ini maka peneliti berkeinginan dalam membentuk

temuan dengan study “**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *SUNSCREEN* WARDAH DI KECAMATAN RANDUAGUNG**”.

1.2 Batasan Masalah

Dalam mempermudah untuk menjalankan proses penelitian ini, maka dibutuhkan sebuah pembatasan masalah yang bertujuan untuk mencegah adanya pembahasan, sehingga dapat mengurangi terjadinya kesalah pahaman dari pembaca dan perbedaan pendapat. Penelitian ini ialah Studi bidang Manajemen Pemasaran yang khususnya menjelaskan mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen *sunscreen* Wardah di Kecamatan Randuagung. Responden pada penelitian ini yaitu pengguna di Desa Ranuwurung, Kecamatan Randuagung yang pernah menggunakan *sunscreen* Wardah. Metode yang dipakai terhadap penelitian ini adalah kuesioner dengan metode kuantitatif.

1.3 Rumusan Masalah

Gaya hidup seseorang merupakan cara seseorang untuk mengonsumsi yang berkaitan dengan menggunakan waktu dan uang yang dimiliki. Salah satu contoh dari gaya hidup adalah cara untuk berpenampilan. Pada era sekarang masyarakat sangat memperhatikan penampilan terlebih dalam menjaga kesehatan kulit dengan menggunakan *sunscreen*. Penilaian yang di berikan seseorang dapat berpengaruh pada kepercayaan diri orang tersebut. Semakin baik penilaian yang di berikan maka

semakin puas pula orang tersebut. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk *sunscreen* Wardah pada konsumen di Kecamatan Randuagung?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk *sunscreen* Wardah pada konsumen di Kecamatan Randuagung?
- c. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk *sunscreen* Wardah konsumen di Kecamatan Randuagung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di uraikan di atas, maka tujuan dari penenliti ini adalah, sebagai berikut.

- a. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *sunscreen* wardah pada konsumen di Kecamatan Randuagung.
- b. Menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *sunscreen* wardah pada konsumen di Kecamatan Randuagung.
- c. Menguji dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen *sunscreen* wardah di Kecamatan Randuagung.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diinginkan nantinya dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yang memerlukan, yakni sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoretis

Menambah wawasan dan referensi sehingga dapat digunakan dalam menguji Kembali mengenai manajemen pemasaran khususnya tentang kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan Solusi dan masukan terhadap perusahaan dengan mempertahankan kualitas dan citra merek konsumen guna meningkatkan kepuasan konsumen pada produk yang disediakan.

2. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap konsumen mengenai penilaian dan ketertarikan pada produk *sunscreen* Wardah melalui kualitas produk, harga dan citra merek.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dalam penelitian ini diinginkan dapat menjadikan referensi guna melanjutkan penelitian yang berhubungan pada studi ini.