

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu maupun kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain (Kotler dan Keller, 2009). Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahannya berjalan terus atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah kunci keberhasilan bisnis pada perusahaan saat ini, di mana perusahaan berupaya untuk menyesuaikan keinginan dan kebutuhan konsumen yang selalu berubah. Upaya yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan cara memprioritaskan jaminan kualitas, karena kepuasan konsumen itu ditentukan oleh kualitas produk yang dikehendaki konsumen, maka kepuasan konsumen dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009). Ada beberapa faktor yang membentuk kepuasan konsumen diantaranya adalah atribut produk, atribut layanan, dan atribut pembelian (Dutka, 1994). Penggunaan

atribut-atribut tersebut dikarenakan atribut-atribut dapat memuat bagaimana pelanggan menilai suatu produk atau layanan ditinjau dari pihak pelanggan.

Atribut produk ,yaitu atribut-atribut yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh badan usaha. Atribut yang berkaitan dengan produk tersebut meliputi nilai hubungan harga, kualitas produk, manfaat/keuntungan produk ,fitur produk, desain produk, reliabilitas produk dan konsistensi, dan jenis produk atau layanan.

Atribut layanan, yaitu atribut-atribut yang berkaitan dengan layanan yang diberikan oleh badan usaha. Atribut yang berkaitan dengan layanan meliputi garansi, pengiriman, penanganan pengaduan,dan penyelesaian masalah.

Atribut pembelian yaitu atribut-atribut yang berkaitan dengan pembelian. Atribut yang berkaitan dengan pembelian meliputi komunikasi, kesopanan, kemudahan atau kenyamanan memperoleh informasi, reputasi perusahaan,dan kompetensi perusahaan.

Kebutuhan manusia terhadap barang-barang penunjang kegiatan mengalami peningkatan terutama yang berkaitan dengan interaksi antara seseorang dengan orang lain. Berkembangnya kegiatan manusia tersebut beberapa orang mulai memperhatikan hal-hal yang mendukung kegiatan yang dilakukan. Salah satu hal yang diperhatikan adalah penampilan. Penampilan yang baik merupakan salah satu hal yang penting untuk diperhatikan agar kualitas individu bisa lebih ditingkatkan. Baik laki-laki maupun perempuan perlu untuk memperhatikan penampilan mereka. Pada umumnya yang sangat

memperhatikan penampilan adalah kaum perempuan dengan menggunakan berbagai aksesoris dan kosmetik untuk mendukung penampilan yang maksimal. Kosmetik merupakan produk yang unik karena selain produk ini memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar perempuan akan kecantikan sekaligus seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial dimata masyarakat (Fabricant & Gould, 1993). Perempuan memiliki harapan-harapan yang ingin dipenuhi oleh produk pilihannya, maka dari itu perempuan menggunakan kosmetik. Banyaknya produk-produk kosmetik dipasaran akan membuat konsumen semakin bebas memilih jenis produk, teknologi, layanan, maupun distributor. Kompetisi yang ketat dalam merebut pasar konsumen mengharuskan perusahaan mencari informasi dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Persaingan yang ketat membuat masing-masing perusahaan berusaha untuk terus beroperasi agar menghasilkan atau memberikan produk maupun layanan yang terbaik bagi konsumen. Hal terpenting yang harus dilakukan dalam memberikan yang terbaik bagi konsumen adalah menjaga kualitas produk, konsisten dengan produk yang dihasilkan, inovasi desain produk yang lebih menarik agar konsumen tidak merasa bosan dengan model kemasannya, memperbanyak jenis-jenis produk, menjaga fitur produk, memberikan keuntungan atau manfaat kepada konsumen agar menjadi puas dalam menggunakan produk. Pemberian layanan yang baik yaitu dengan cara memberikan jaminan dan garansi, menangani pengaduan konsumen dengan

baik, cepat dalam melayani konsumen, dan cepat dalam menyelesaikan masalah yang dialami konsumen.

Kaum perempuan dengan kulit wajah putih, bersih, dan cerah merupakan hal yang sangat penting untuk menunjang kegiatannya. Banyak perusahaan kosmetik menyediakan inovasi produk kecantikan perempuan untuk meningkatkan citra perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan kualitas persaingan. Merk produk kosmetik saat ini yang banyak ditawarkan misalnya Mustika Ratu, Latulip, Pixy, Sari Ayu, Wardah, dll. Produk kosmetik yang sedang diminati dan menjadi trend perempuan berjilbab salah satunya produk kosmetik Wardah. Wardah adalah kosmetik yang dibuat dengan bahan- bahan terbaik yang berkualitas tinggi, aman, dan halal. Dibuat dengan konsep teknologi terbaru dan dengan bahan-bahan alami yang berkualitas dan aman. Formulasinya dibuat sesuai dengan standar dermatologis dengan konsep *beauty* yang kuat, disesuaikan dengan kulit orang Asia, dan kebutuhan konsumen. Suatu keharusan bagi Wardah sebelum *launching* produk akan melakukan *blind test* agar produk yang dihasilkan benar-benar berkualitas dan aman. Misalnya, produk pemutih Wardah yang sejak awal dipasarkan tidak memakai bahan-bahan berbahaya (*hidroquinon* dan *mercury*) semata-mata dikarenakan mengutamakan keamanan konsumen. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kosmetika, Wardah memahami bahwa perempuan selalu merasa berkepentingan dengan kulit wajah yang indah, terjamin keamanannya, dan kehalalannya, sehingga Wardah diharapkan dapat membantu konsumen untuk

merawat kulitnya. Produk kosmetik Wardah ingin menunjukkan sebagai kosmetik pertama yang mempunyai citra sebagai kosmetik muslimah yang aman, tidak mengandung bahan berbahaya dan bahan yang diharamkan. Hal-hal yang menjadi kelebihan perusahaan ini, Wardah sudah pantas menjadi Muslimah Beauty Icon bahkan untuk standar global. Kategori untuk produknya juga macam-macam ada yang untuk kulit normal, berminyak, dan berjerawat. Selain produk ini tersertifikasi halal dan terbukti aman dan memenuhi atribut-atribut yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian Ria Afriana (2009) dan Petra dan Deborah (2009). Penelitian Ria Afriana (2009) tersebut mengenai “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek Pada Produk Pemutih Wajah Pond’s White Beauty. Penelitian tersebut mengukur kepuasan dengan menggunakan variabel atribut yang berhubungan dengan produk,, atribut yang berhubungan dengan layanan, dan atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian. Hasilnya atribut produk, atribut layanan, dan atribut pembelian terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dari Petra dan Deborah (2009) tersebut mengenai “Pengaruh Atribut Produk, Atribut Layanan, dan Atribut Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen Bee’s Family Resto di galeria Mall Yogyakarta”, penelitian tersebut mengukur kepuasan dengan menggunakan variabel atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan layanan dan atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian. Hasil penelitiannya adalah mendapat penilaian yang baik dan terdapat

hubungan pengaruh positif yang signifikan antara kepuasan konsumen yang diukur melalui atribut yang berhubungan dengan produk, Atribut layanan dinyatakan tidak terbukti secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen Bee's Family Resto di Galeria Mall Yogyakarta, dan Atribut pembelian dinyatakan terbukti secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen Bee's Family Resto di galeria Mall Yogyakarta.

Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin menganalisis pengaruh atribut produk, atribut layanan, dan atribut pembelian terhadap kepuasan konsumen kosmetik Wardah, sehingga dapat memberikan informasi kepada perusahaan PT Pusaka Tradisi Ibu agar memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian pada PT. Pusaka Tradisi Ibu yang menjadi Muslimah Beauty Icon dengan produk Wardahya mampu bersaing dengan produk lain karena produknya terjamin kehalalan dan keamanannya. Oleh karena itu penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Atribut Produk, Atribut layanan dan Atribut Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah di kota Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut, peneliti mencoba menganalisis permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah atribut produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen produk Kosmetik Wardah?

2. Apakah atribut layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen produk Kosmetik Wardah?
3. Apakah atribut pembelian berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen produk Kosmetik Wardah?
4. Apakah atribut produk, atribut layanan dan atribut pembelian berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik Wardah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh atribut produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Kosmetik Wardah.
2. Untuk menguji pengaruh atribut layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Kosmetik Wardah.
3. Untuk menguji pengaruh atribut pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Kosmetik Wardah.
4. Untuk menguji pengaruh atribut produk, atribut layanan, dan atribut pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Kosmetik Wardah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dengan terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat akademis, menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya tentang atribut-atribut pembentuk kepuasan dan kepuasan konsumen dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dalam kepustakaan bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian khususnya tentang atribut kepuasan dan kepuasan konsumen.
2. Manfaat praktis, berguna untuk memberikan informasi pada perusahaan Produk Kosmetik Wardah sebagai bahan pertimbangan untuk menjaga kualitas dan strategi bisnis.

E. Batasan Penelitian

Penelitian ini membatasi wilayah permasalahan pada atribut produk, atribut layanan, atribut pembelian, dan kepuasan konsumen. Subyek penelitian adalah pelanggan produk kosmetik Wardah di kota Yogyakarta.

