

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh setiap perusahaan adalah bagaimana mengelola pasar yang tepat. Sehingga perusahaan dituntut untuk selalu tanggap dalam menyikapi perubahan dan perkembangan yang terjadi, karena konsumen saat ini sangat kritis dan jeli dalam hal menentukan produk yang akan mereka pakai. Perusahaan yang mampu bertahan di tengah persaingan bisnis yang kompetitif adalah perusahaan yang berorientasi pada pasar dan memfokuskan pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah kunci keberhasilan bisnis saat ini, di mana perusahaan berupaya untuk selalu menyesuaikan keinginan dan kebutuhan pelanggan yang selalu berubah.

Dalam persaingan yang semakin ketat masing-masing perusahaan berusaha untuk terus beroperasi untuk menghasilkan atau memberikan produk maupun layanan yang sebaik mungkin. Hal terpenting yang harus dilakukan untuk memenangkan persaingan adalah memuaskan konsumen agar konsumen tetap setia terhadap produk perusahaan, karena dengan semakin banyaknya konsumen yang setia maka penjualan akan semakin meningkat.

Perusahaan yang berhasil menjaga agar konsumen selalu puas akan lebih mudah untuk mempertahankan bahkan mengembangkan usahanya, sehingga konsumen itu selalu melakukan pembelian ulang dan rela membayar lebih. Setia atau tidaknya konsumen pada satu merek dapat dilihat dari sikapnya.

Dapat dipastikan bahwa pelanggan yang loyal pada dasarnya terbentuk karena adanya kepuasan diri palanggannya. Kepuasan pelanggan dapat dipertahankan dengan mengembangkan jangka panjang dengan para konsumen (Kotler, 1997). Selain itu biaya yang dibutuhkan untuk menarik pelanggan baru juga lebih besar di bandingkan biaya untuk memepertahankan yang loyal kepada perusahaan. Para pemasar sadar bahwa loyalitas pelanggan merupakan dorongan yang sangat penting untuk menciptakan penjualan. Pelanggan akan menjadi loyal kalau konsumen memandang perusahaan itu sebagai perusahaan yang baik. Di mata pelanggan, suatu perusahaan itu baik bila pelanggan bersedia melakukan pembelian pertama, konsumen punya keinginan untuk melakukan pembelian berikutnya berulang-ulang. Hal tersebut mendorong perusahaan Pond's selalu berupaya untuk bisa selalu mempertahankan serta menciptakan kepuasan konsumen.

Sejalan dengan perubahan zaman saat ini khususnya bagi kaum perempuan, kulit wajah yang menawan amatlah penting. Semua perawatan untuk wajah akan dicoba untuk mendapatkan hasil yang yang memuaskan. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyak munculnya produk perawatan yang ditawarkan kepada konsumen, konsumen sering merasa kebingung dan bahkan salah menentukan produk apa yang cocok. Melihat kondisi konsumen saat itu, produsen produk baik produsen produk domestik maupun asing mulai berlomba-lomba mengeluarkan produk pemutih kulit demi memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Hampir semua produsen produk di Indonesia mempunyai produk pemutih kulit

dengan berbagai atribut yang berbeda-beda. Mereka sekuat tenaga menarik minat konsumen.

Merek produk pemutih wajah saat ini banyak ditawarkan, salah satunya yaitu pemutih wajah Pond's. Pond's adalah produk kecantikan wanita yang mampu memberikan bukti dari hasil produk mereka sendiri terhadap masalah kulit atau wajah yang dalam masalah. Pond's hadir memproduksi semua yang dibutuhkan wanita untuk kecantikan. Bukan hanya wanita dewasa saja, bahkan remaja dan kaum ibu, yang percaya dengan Pond's. Jadi target utama pasar produksi Pond's itu sendiri adalah Wanita dewas, Remaja, dan Wanita yang telah berumur diatas 30 tahun keatas. Produk Pond's memiliki nilai yang tinggi di masyarakat yang membeli langsung dari penjual, di mana produk ini sering diiklankan secara terbuka melalui gerai kosmetik, iklan di media masa, televisi, internet. Oleh karena itu, dengan cara begini Pond's dapat di jumpai dengan mudah dimana-mana, setiap waktu. Selain itu harga yang ditawarkan bervariasi, namun dapat dijangkau dengan mudah.

Produk Pond's ini memahami bahwa wanita selalu merasa berkepentingan dengan kulit wajah yang indah. Oleh karena itu, Pond's selalu berkomitmen untuk menghadirkan solusi kecantikan secara menyeluruh. Banyaknya variasi produk yang dikeluarkan Pond's bias dikatakan merupakan strategi untuk mengepung pasar kategori pembersih wajah. Selain itu dengan rangkaian produk yang lengkap, perusahaan bisa mewakili target segmen yang dibidiknya, baik remaja maupun orang dewasa.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Samuel dan Foedjiawati (2005). Penelitian tersebut mengenai pengaruh kepuasan konsumen terhadap kesetiaan merek: Studi kasus restoran *The Prime Steak & Rish* Surabaya. Penelitian tersebut mengukur kepuasan konsumen dengan menggunakan variabel atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan layanan, dan atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian. Hasil penelitian tersebut mendapatkan penilaian yang baik dan terdapat hubungan pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen dengan kesetiaan merek.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengangkat judul penelitian “**PENGARUH KUPUASAN KONSUMEN TERHADAP KESETIAAN MEREK PRODUK PEMUTIH WAJAH POND’S WHITE BEAUTY**”.

B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

1. Apakah atribut-atribut kepuasan konsumen yang meliputi atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan layanan, atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian mempunyai pengaruh terhadap kesetiaan merek produk pemutih wajah Pond’s White Beauty?
2. Apakah atribut yang berhubungan dengan produk mempunyai pengaruh terhadap kesetiaan merek produk pemutih wajah Pond’s White Beauty?
3. Apakah atribut yang berhubungan dengan layanan mempunyai pengaruh terhadap kesetiaan merek produk pemutih wajah Pond’s White Beauty?

4. Apakah atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian mempunyai pengaruh terhadap kesetiaan merek produk pemutih wajah Pond's White Beauty?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan layanan, atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian terhadap kesetiaan merek produk pemutih wajah Pond's White Beauty.
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh atribut yang berhubungan dengan produk terhadap kesetiaan merek produk pemutih wajah Pond's White Beauty.
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh atribut yang berhubungan dengan layanan terhadap kesetiaan merek produk pemutih wajah Pond's White Beauty.
4. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh atribut yang berhubungan dengan tingkat pembelian terhadap kesetiaan merek produk pemutih wajah Pond's White Beauty.