

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, perkembangan bisnis kecantikan semakin berkembang karena penampilan merupakan sesuatu yang sudah menjadi prioritas bagi masyarakat, khususnya pada kaum wanita. Salah satu hal yang dapat menunjang penampilan seseorang adalah kosmetik, khususnya pada kategori lipstik. Lipstik merupakan salah satu produk yang sekarang ini sudah menjadi kebutuhan dasar bagi kaum wanita. Lipstik sering kali dijadikan sebagai ciri khas atau identitas seorang wanita secara sosial dimasyarakat dalam hal berpenampilan. Berbagai macam merek lipstik semakin bermunculan dengan menonjolkan keunggulannya masing-masing. Hal tersebut membuat masing-masing perusahaan kosmetik harus bisa bersaing antar satu dengan yang lainnya.

Kualitas produk merupakan aspek penting yang harus diprioritaskan oleh suatu perusahaan. Menurut Ratnasari dan Aksa (2011: 177) menyatakan bahwa salah satu yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk. Apabila kinerja dari produk lebih rendah dibandingkan dengan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja produk sama dengan harapan maka konsumen akan merasa puas. Selanjutnya, apabila performa produk melebihi harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas. Suatu produk dapat dinyatakan berkualitas apabila produk tersebut dapat memuaskan kebutuhan para

konsumen. Dengan demikian, salah satu indikator terpenting dalam suatu bisnis yaitu kualitas produk, di mana hal tersebut menjadi salah satu cara untuk menciptakan kepuasan konsumen.

Dalam pemasaran produk, perusahaan juga harus memperhatikan strategi harga yang diterapkan pada produk-produknya. Menurut Ratnasari dan Aksa (2011: 117), salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan menjadi tolak ukur dalam mencapai kepuasan. Irawan (2004: 37) mengungkapkan bahwa bagi pelanggan yang sensitif, biasanya harga yang murah merupakan sumber kepuasan karena dengan begitu konsumen akan mendapatkan nilai uang yang tinggi. Harga yang terjangkau diimbangi dengan kualitas yang baik akan memberikan kepuasan konsumen. Sebaliknya, jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kinerja produk yang baik, maka akan menimbulkan kekecewaan pada konsumen. Dengan demikian, pihak perusahaan lipstik pixy harus tepat dalam penentuan harga agar dapat menimbulkan kepuasan pada konsumen.

Selain kualitas produk dan harga, pencantuman labelisasi halal juga diperlukan pada produk yang diproduksi. Adanya pencantuman labelisasi halal pada produk mengindikasikan bahwa produk tersebut secara proses dan kandungannya telah terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran Islam, yaitu terbebas dari kandungan bahan yang haram. Semakin banyaknya varian kosmetik yang dapat dengan mudah dijumpai dan

didapatkan di pasaran ini membuat konsumen muslim harus lebih selektif dalam penggunaan produk kosmetik. Hal tersebut karena produk kosmetik yang beredar di pasaran tidak sedikit yang mengandung bahan-bahan yang berasal dari hewan. Di Indonesia, labelisasi halal diterbitkan oleh suatu lembaga yaitu LPPOM-MUI (Lembaga pengawas dan Peredaran Obat dan Makanan Majelis Ulama' Indonesia). Dengan adanya labelisasi halal yang tertera pada produk, masyarakat dapat dengan mudah mengetahui tentang labelitas produk yang mereka konsumsi. Dengan demikian, produk yang telah memiliki labelisasi halal dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen muslim. Perasaan aman yang timbul di benak konsumen secara tidak langsung akan menciptakan perasaan puas pada diri konsumen karena produk yang digunakannya telah aman dari hal-hal yang tidak diharapkan.

Dengan adanya kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau, dan keterangan label halal pada sebuah produk tentunya akan mempengaruhi kepuasan pada seorang konsumen. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan utama dari tiap perusahaan. Menurut Tjiptono, (2014: 353) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Konsumen yang merasa puas berarti menjadi jaminan kesuksesan dan keberhasilan dari perusahaan. Munculnya kepuasan oleh konsumen diharapkan mampu mempengaruhi kinerja suatu industri, serta mempengaruhi daya saing dan keberhasilan industri tersebut.

Promosi sebuah produk menjadi hal terpenting karena merupakan salah satu faktor yang menyebabkan suatu produk menjadi populer di kalangan masyarakat. Promosi yang baik akan mempengaruhi konsumen menjadi tertarik untuk membeli suatu produk. Dalam hal ini, promosi tidak hanya dilakukan oleh suatu perusahaan saja, namun bisa dilakukan oleh seorang pelanggan atau konsumen. Konsumen yang melakukan promosi atau memberikan informasi mengenai suatu produk kepada konsumen lainnya dikenal dengan istilah *word of mouth*. Menurut Kotler & Keller (2012: 568) menyatakan bahwa *word of mouth* (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. Pelanggan atau konsumen yang kemudian mempromosikan informasi positif mengenai produk kosmetik yang telah digunakannya kepada orang lain akan memberikan dampak positif bagi perusahaan kosmetik karena akan mempengaruhi konsumen lain untuk menggunakan produk serupa.

TOP Brand Award merupakan sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen. Penilaian dari Top Brand ini didasarkan atas hasil riset terhadap pilihan konsumen Indonesia. Pemilihan oleh konsumen dilakukan melalui survei dari Frontier Consulting Group dalam skala Nasional di sebelas kota besar di Indonesia yaitu, Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, Pekanbaru, Balikpapan, Denpasar, Palembang dan Samarinda. Survei terhadap

responden dilakukan dengan metode tatap muka pribadi dengan menggunakan kuesioner terstruktur yang secara khusus dikembangkan untuk survei Top Brand Index. Penilaian Top Brand Index diukur dengan 3 parameter, yaitu top of mind awareness berdasarkan merek yang pertama kali disebut oleh responden ketika kategori produknya disebutkan (misal kategori lipstik), last used berdasarkan merek yang terakhir kali digunakan atau dikonsumsi oleh responden dalam satu kali pembelian, dan future intention berdasarkan merek yang ingin digunakan atau dikonsumsi pada masa mendatang. Merek-merek yang memperoleh predikat TOP merupakan merek yang memenuhi dua kriteria yaitu persentase Top Brand Indexnya lebih dari 10%. Persentase pada Top Brand Index ini berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil survei berskala nasional dibawah penyelenggaraan Frontier Consulting Group (www.topbrand-award.com).

Dalam penelitian ini, produk yang digunakan sebagai obyek penelitian adalah Lipstik Pixy. Lipstik pixy adalah salah satu lipstik yang secara khusus dirancang untuk wanita-wanita muslimah dan secara umum digunakan oleh seluruh wanita yang ingin memakai lipstik yang aman dan tidak mengandung bahan yang haram karena telah memiliki sertifikat halal. Dilansir dari website (www.halalmui.org), masa berlaku sertifikasi halal pada produk lipstik pixy adalah hingga 02 Oktober 2020. Artinya, sejak Oktober 2018 lipstik pixy sudah terdaftar sebagai produk yang halal, sehingga lipstik pixy aman digunakan bagi konsumen muslim. Namun, perkembangan lipstik pixy di Indonesia tidak begitu unggul jika

dibandingkan dengan produk lipstik merek lain. Hal tersebut bisa dilihat melalui penilaian Top Brand Index pada kategori lipstik pada tahun 2015 hingga 2018 sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Penilaian Top Brand Index Kategori Lipstik pada Tahun 2015-2018

MEREK	2015		2016		2017		2018	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
Wardah	14,9%	✓	22,3%	✓	25,0%	✓	36,2%	✓
Revlon	12,8%	✓	13,3%	✓	12,7%	✓	10,7%	✓
Pixy	11,0%	✓	9,3%		9,6%		7,6%	
Oriflame	7,7%		6,5%		5,7%		7,5%	
Sariayu	7,6%		7,7%		7,5%		7,2%	

Sumber: Top Brand Index

Berdasarkan table di atas, membuktikan bahwa lipstik Pixy selama kurun waktu 3 tahun, yaitu pada tahun 2016 hingga 2018 tidak pernah mendapatkan posisi TOP dalam pengukuran TOP Brand Index. Berbeda dengan tahun sebelumnya yaitu tahun 2015 yang mana lipstik Pixy mampu mendapatkan posisi tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa lipstik Pixy mengalami penurunan kinerja. Salah satu faktor yang menyebabkan penurunan tersebut adalah adanya pesaing-pesaing perusahaan dari merk lain yang mengeluarkan produk yang serupa. Oleh sebab itu, suatu perusahaan harus mampu menjaga kinerjanya agar tidak kalah saing dengan perusahaan lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Labelisasi Halal Terhadap Word of Mouth Lipstik Pixy Dengan**

Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*?

C. Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Menjelaskan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
3. Menjelaskan pengaruh labelisasi halal terhadap kepuasan konsumen
4. Menjelaskan pengaruh kepuasan konsumen terhadap *word of mouth*.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai bahan pembelajaran dan penelitian untuk membandingkan teori yang dipelajari dengan keadaan lapangan yang sebenarnya, serta memberikan wawasan dan pengalaman bagi penulis.

2. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan perusahaan dalam pertimbangan menentukan produk, pelayanan serta harga yang tepat agar menarik pelanggan dimasa yang akan datang sehingga tercapainya kepuasan pelanggan yang kemudian akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli produk dari perusahaan tersebut..

3. Bagi Akademisi

Dapat memberikan tambahan informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya pengetahuan di bidang pemasaran, selain itu dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini berpedoman pada buku Panduan Penulisan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami penulisan secara keseluruhan, maka penulis mencantumkan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang akan memberikan gambaran dasar penelitian ini. Pada bab ini akan dijelaskan beberapa hal yaitu mengenai apa yang mendasari peneliti melakukan penelitian ini, serta tujuan dan manfaat yang akan diperoleh melalui penelitian ini.

Bab II merupakan tinjauan pustaka dan landasan teori. Tinjauan pustaka dicantumkan karena dalam penelitian harus selalu berdasarkan pada

penelitian yang telah ada sebelumnya. Kemudian untuk landasarn teori dalam penelitian ini adalah mengenai konsep kualitas produk, harga, labelisasi halal, kepuasan konsumen dan keputusan pembelian ulang.

Bab III merupakan metode penelitian. Dalam bab ini, perlu dituliskan untuk menjelaskan bagaimana proses penelitian ini berlangsung, mulai dari bagaimana cara mendapatkan responden penelitian hingga bagaimana cara menganalisis data hasil penelitian ini.

Bab IV merupakan hasil penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan. Pada bab ini memuat tiga bagian besar yaitu bagian pertama berisi uraian mengenai data penelitian yang telah terkumpul dalam penelitian ini. Hasil data dari responden inilah yang kemudian akan di proses sebagai analisis data, yang kemudian akan diinterpretasikan antara hasil dengan hipotesis. Kemudian langkah yang terakhir dalam bab ini adalah membahas mengenai hasil analisis data dengan teori atau penelitian yang telah ada sebelumnya.

Bab V adalah penutup. Bab ini merupakan bagian terakhir yang memuat kesimpulan dan saran berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan. Pada bab ini perlu dituliskan untuk mempermudah pembaca dalam mengetahui maksud dan tujuan dari penelitian ini diadakan.