

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman, kosmetik saat ini menjadi kebutuhan primer para individu yang tidak hanya digunakan oleh wanita namun juga pria dan anak-anak. Meningkatnya industri kecantikan dan kosmetik di Indonesia menjadi wadah peluang yang sangat besar bagi para pelaku industri untuk memberikan nilai dan konsep yang unik di segmentasi pasar yang luas.

Perilaku masyarakat dapat menjadi penyebab faktor bertumbuhnya industri kecantikan dan kosmetik dengan bantuan teknologi pembuatan kosmetik yang semakin canggih untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Persaingan yang ketat pada brand kosmetik dan kecantikan khususnya wajah terus bertambah seiring berjalannya waktu ke waktu. Persaingan tersebut membuat konsumen memiliki banyak pilihan produk kosmetik seperti *skincare* wajah dari berbagai macam jenis merek perawatan wajah. Banyaknya pesaing pastinya menjadi tantangan bagi perusahaan *skincare* untuk selalu berinovasi dan mempromosikan produk yang bermanfaat dengan harga yang terjangkau tentunya dengan kualitas yang baik. Strategi ini bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan pelanggan akan berminat untuk membeli ulang produk tersebut .

Produk perawatan kulit wajah saat ini banyak di perjual belikan di toko *online* maupun *offline*. Produk kecantikan wajah seperti *skincare* wajah merupakan produk yang laris diminati dalam industri kecantikan. Msglow merupakan produk perawatan wajah berasal dari Indonesia yang sedang diminati oleh Masyarakat Indonesia khususnya para Wanita. Ms Glow telah berhasil menjual banyak produk dan menghasilkan omzet hingga mencapai miliaran rupiah, *brand* ini juga telah memiliki puluhan agen dan ratusan *reseller* yang tersebar di Indonesia. Sertifikasi BPOM dan berlabel halal sudah dimiliki oleh Msglow, sehingga aman digunakan. Ms glow memiliki berbagai jenis produk seperti *bodycares*, *cosmetics* dan perawatan diet.

Tabel 1. 1 Penghargaan Msglow

Nama Penghargaan	Tahun
Indonesia <i>Best Brand Award</i>	2020
Museum rekor Indonesia	2021 dan 2022
<i>Marketeers OMNI brands</i>	2020 dan 2021
<i>Wow brand</i>	2022

Sumber : (Msglow, 2023)

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa Ms Glow telah berhasil mendapat banyak penghargaan antara lain Indonesia *Best Brand Award* tahun 2020, Museum rekor Indonesia tahun 2021 dan 2022, *Marketeers OMNI brands* tahun 2020, 2021 dan *Wow brand* pada tahun 2022. Penelitian ini mengadopsi kerangka penelitian milik (Salsabila, 2023). Namun yang membedakan dalam

penelitian ini adalah objek dari penelitian terdahulu. Pada penelitian terdahulu peneliti fokus pada objek restoran, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada Klinik dan produk dari Msglow.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Ulang (Studi pada konsumen klinik Msglow)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah yang dikemukakan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kualitas produk Msglow mempengaruhi kepuasan konsumen?
2. Apakah persepsi kualitas layanan Msglow mempengaruhi kepuasan konsumen?
3. Apakah kepuasan konsumen mempengaruhi minat beli ulang produk Msglow?
4. Apakah persepsi kualitas produk mempengaruhi minat beli ulang produk Msglow?
5. Apakah persepsi kualitas layanan Msglow mempengaruhi pembelian ulang produk?

6. Bagaimana pengaruh persepsi kualitas produk Msglow terhadap minat beli ulang dengan melalui kepuasan konsumen?
7. Bagaimana pengaruh persepsi kualitas layanan Msglow terhadap minat beli ulang dengan melalui kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk klinik Msglow terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan klinik Msglow terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang produk klinik Msglow.
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk terhadap minat beli ulang di klinik Msglow.
5. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan klinik Msglow terhadap minat beli ulang produk.
6. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk klinik Msglow terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen.
7. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan klinik Msglow terhadap minat beli ulang produk melalui kepuasan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan bermanfaat pada bidang pemasaran yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi para pelaku bisnis pemasar perusahaan untuk memastikan pentingnya kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang produk Msglow dengan membuat produk yang berkualitas, bermanfaat dan dapat memperhatikan keefektifan.