

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia industri kosmetik pada saat ini tidak terlepas pada kecenderungan akan gaya hidup modern yang mulai memperhatikan produk kecantikan sebagai kebutuhan utama sehingga mendorong persaingan antar perusahaan yang semakin meningkat. Meningkatnya pendirian industri kosmetik di berbagai daerah merupakan hasil dari permintaan pasar yang meningkat juga. Perihal ini terbukti dari tingginya tingkat produksi kosmetik yang dimana dari tahun ke tahun penjualannya semakin meningkat baik produksi dalam negeri maupun kosmetik impor. Seperti yang pernah dikutip oleh Kementerian Perindustrian pada laman webnya yang menyatakan bahwa penjualan dari industri kosmetik di Indonesia mencatatkan kenaikan pertumbuhan 20% atau empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017 (Berita Industri, 2018).

Banyaknya produk kosmetik dengan jenis yang sama dan kegunaan yang sama lantaran banyaknya perusahaan dalam bidang kosmetik yang berdiri untuk berlomba-lomba memenuhi kebutuhan para wanita di bidang yang satu ini, membuat pasar kosmetik menjadi pasar yang sangat menguntungkan untuk menciptakan produk baru dengan beragam merek dan jenis. Manusia sebagai pembeli produk tentu juga menggunakan beragam pertimbangan dalam

membeli atau tidak membeli produk tertentu. Baik dari aspek harga, manfaat barang, kualitas, mutu dan pelayanan yang ditawarkan produsen

Dari pemaparan di atas dapat kita simpulkan bahwa untuk memenangkan persaingan, para pelaku bisnis harus sanggup memberikan memori yang baik kepada para pelanggannya dengan meningkatkan kualitas produk agar bisa membangun kepuasan pelanggan yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi ialah kunci utama dalam memenangkan persaingan yang kelak akan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk akan terpenuhi, jika mutu produk yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipersepsikan akan memuaskan. Dengan cara itulah perusahaan mengharapkan agar pelanggannya mampu loyal terhadap merek yang diproduksinya.

Keputusan pelanggan selanjutnya dipengaruhi oleh kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan yang merupakan persepsi penting yang perlu disadari perusahaan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2008). Jika tingkat dalam mengkonsumsi suatu produk tertentu rendah dan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan, maka dapat sangat merugikan produser produk tersebut, karena dengan sedikitnya tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang dikonsumsi maka pelanggan akan segera beralih mengkonsumsi produk lain

yang serupa atau dengan kata lain pelanggan tidak loyal terhadap produk tersebut.

Kosmetik yang masih melegendaris di kalangan wanita hingga saat ini adalah bedak wajah merek Marcks. Kesadaran wanita terhadap kosmetik yang sehat, produk yang aman dari bahan berbahaya seperti merkuri dan hydroquinone mulai menjadi pilihan ketika tren perempuan ingin cantik, tapi sehat menjadikan peluang pasar bagi kosmetik merek Marcks yang diproduksi oleh PT. Kimia Farma Tbk. Melihat potensi pasar yang bagus itulah yang menjadi alasan dari perseroan tetap mempertahankan produksi bedak wajah merek Marcks sebagai produk andalan.

Bedak adalah salah satu kosmetik yang hampir tidak bisa dipisahkan dari seorang wanita. Penggunaan bedak dimaksudkan untuk memberikan kesan segar, menutupi warna kulit yang tidak merata dan mengurangi kesan berminyak pada wajah. Marcks adalah produk warisan dari perusahaan Belanda. Diproduksi sudah lebih dari 50 tahun yang lalu sejak zaman Belanda. Saat perusahaan Belanda itu diambil alih pemerintah Indonesia, sehingga berdiri PT. Kimia Farma Tbk pada tanggal 16 bulan Agustus tahun 1971, produk Marcks diputuskan untuk tetap dilestarikan oleh perusahaan (Kimia Farma Apotek, 2016). Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, jasa, toko/pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten menurut Sheth & Mittal (2004) yang dikutip (Tjiptono, 2014) .

Dari banyaknya jenis bedak wajah dengan berbagai merek yang muncul di dunia perkosmetikan Indonesia, Marcks masih menjadi pilihan para wanita dari ramainya produk yang hadir dengan kegunaan yang sama karena mutu yang ditawarkan selalu memerankan yang terbaik di kelasnya dan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan. Secara keseluruhan, bedak wajah merek Marcks mempunyai keunggulan – keunggulan yang mengundang konsumen tertarik untuk membeli. Bahkan tak jarang pelanggan beralih dari bedak wajah merek sebelumnya ke bedak wajah merek Marcks. Berikut adalah laporan *Top Brand For Teens Index* kosmetik bedak wajah di Indonesia, yang mana produk Marcks selalu berhasil masuk *Top Brand Awards* dari tiap tahun ke tahunnya.

Tabel 1.1
Top Brand For Teens Index Tahun 2015-2019
Bedak Wajah

Tahun	Merek	TOP
2015	Pigeon	TOP 1
	Pixy	TOP 2
	Marcks	TOP 3
	Maybelline	
2016	Pigeon	TOP 1
	Wardah	TOP 2
	Pixy	TOP 3
	Marcks	
2017	Pigeon	TOP 1
	Marcks	TOP 2
	Wardah	TOP 3
	Pixy	
2018	Pigeon	TOP 1
	Wardah	TOP 2
	Marcks	TOP 3
	Pixy	
2019	Marcks	TOP 1
	Pigeon	TOP 2
	Wardah	TOP 3
	Pixy	

Sumber: (Top Brand For Teens Index, 2019)

Tabel 1.1 menunjukkan persaingan antara produsen kosmetik pada tahun 2015 – 2019. Diantara produsen kosmetik yang ada, Marcks masih selalu masuk kedalam 3 urutan utama *Top Brand Awards* Kategori Perawatan Pribadi Bedak Wajah yang hingga saat ini masih melegendaris di kalangan remaja hingga dewasa dibandingkan produk lainnya. Meskipun pada tahun 2016 Marcks sempat turun diposisi urutan yang keempat, namun pada tahun berikutnya Marcks terus kembali naik hingga masuk di urutan pertama tahun 2019 pada *Top Brand Awards*.

Dari pengamatan yang penulis lakukan terhadap beberapa pengguna di Daerah Istimewa Yogyakarta, masih banyaknya mahasiswi yang menggunakan bedak wajah merek Marcks. Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Bedak Wajah Merek Marcks PT. Kimia Farma Tbk di Daerah Istimewa Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah yang dikemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bedak wajah merek Marcks’ PT. Kimia Farma Tbk?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bedak wajah merek Marcks’ PT. Kimia Farma Tbk?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bedak wajah merek Marcks’ PT. Kimia Farma Tbk?

4. Apakah kepuasan pelanggan memediasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan bedak wajah Marcks PT. Kimia Farma Tbk?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas dapat disimpulkan penelitian ini memiliki tujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan bedak wajah merek Marcks' PT. Kimia Farma Tbk.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan bedak wajah merek Marcks PT. Kimia Farma Tbk.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bedak wajah merek Marcks' PT. Kimia Farma Tbk.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan bedak wajah merek Marcks PT. Kimia Farma Tbk melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat. Adapun manfaat dari penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam teori pemasaran khususnya membahas kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai acuan dalam dalam penelitian selanjutnya yang menyangkut masalah pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas

pelanggan bedak wajah merek Marcks.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan akan sejauh mana produk bedak wajah merek Marcks' berkualitas menurut masyarakat.