

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pentingnya loyalitas pelanggan dalam sebuah perusahaan merupakan salah satu faktor utama yang berpengaruh terhadap berjalannya bisnis dalam suatu perusahaan baik itu perusahaan yang menjual produk atau jasa terhadap pelanggannya dan harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan atas kualitas produk dan sesuai dengan espektasi yang mereka harapkan. Pencapaian pada tujuan bisnis dapat dilakukan dengan menciptakan kepuasan pada pelanggan dan memahami apa yang diharapkan pelanggan. Loyalitas hal yang penting bagi suatu perusahaan kosmetik, loyalitas pelanggan yang sejati dapat tercipta ketika pelanggan menjadi pembela (advokat) bagi perusahaan tanpa intensif.

Kualitas produk pada sebuah produk kecantikan merupakan hal yang sangat penting bagi wanita untuk menjaga kepercayaan diri. Kualitas produk berkaitan erat dengan loyalitas pelanggan. Loyalitas seorang pelanggan merupakan salah satu kunci utama dari perusahaan agar kondisi persaingannya tetap mendapatkan target yang stabil. Produk koametik sangatlah penting bagi para perepuan dengan menggunakannya setiap saat maupun acara formal dan informal maka dari itu untuk mendapatkan hasil *make up* yang indah kualitas sangat berpengaruh dengan hasil yang digunakan oleh para pelanggan. pada setiap harinya kosmetik sudah menjadi bagian dari kaum wanita.

Kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh kualitas produk dalam suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan intensitas pembelian dari

seorang pelanggan dan memungkinkan pelanggan tersebut untuk melakukan pembelian ulang (Wijayanti, 2008). Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2007). Kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas kualitas produk yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Sementara itu ketidakpuasan terjadi ketika hasil yang diinginkan tidak diperoleh atau memenuhi harapan. perusahaan yang memiliki kualitas produk yang baik akan menjadikan hubungan dengan pelanggan yang semakin erat.

Kepuasan pelanggan memainkan peran mediasi dalam efek kualitas produk atau jasa terhadap loyalitas pelanggan, hal ini menunjukkan hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Teimouri et al., (2016). mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan sangat langsung dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan. Pada dasarnya loyalitas pelanggan dapat tercermin dari kebiasaan pelanggan yang konsisten terhadap suatu produk atau jasa yang dinikmati Paul et al., (2016). Kenyataan ini menjadikan kepuasan pelanggan sebagai jaminan keberhasilan perusahaan untuk masa yang akan datang

Kosmetik Make Over merupakan *brand* kosmetik lokal yang populer dari merek kosmetik PT Paragon Technology and Innovation (PTI) yang mulai diproduksi pada tahun 2003. *Brand* ini sering dikira orang-orang berasal dari luar negeri dengan desain kemasannya yang simple namun terlihat “mahal dan elegan”. *Brand* Make Over memiliki kualitas produk tingkat internasional dan

banyak digunakan oleh para professional. Make Over menginginkan para pelanggannya untuk mendapatkan *unlimited satisfaction* ketika menggunakan produk tersebut. Dengan begitu Make Over lebih mengutamakan kepuasan pelanggannya. Kosmetik Make Over memiliki macam-macam produk. Dari masing-masing produk tersebut memiliki fungsi yang berbeda-beda untuk wajah, mata, lipstick, dan alat-alat rias wajah lainnya (*brush make up*). (Diakses Desember, 2022).



Gambar 1.1 Produk Make Over

Produk Make Over memiliki varian yang cukup lengkap, mulai dari *primary make up, shape and cover, finishing make up, eye decorative color, eye define, cheek decorative color, care and treat*, maupun peralatan kosmetik. Make Over terus memperbaharui produknya agar tetap uptodate. Make over menjadi *brand* terpercaya yang berkembang sesuai perubahan kebutuhan setiap konsumennya. Make over sampai saat ini menjadi pilihan utama *make up* artis, *beauty vlogger social media*, dan para pecinta produk kecantikan. Make over menampilkan kesan yang eksklusif bagi para pelanggannya dengan warna hitam yang digunakan sebagai *packaging* kosmetik. Make over meluncurkan pertama kali pada acara *Cosmetic Fair Mall* di Taman Anggrek pada tahun 2010.

Make over memperoleh produk-produk berkualitas dengan tampilan yang terlihat seperti produk *high-end* yang di *design* dengan berbagai inovasi terbaru yang membuat kunci sukses produk kosmetik lokal dengan kualitas tinggi kepada pelanggannya. *Make over Powerstay Matte Powder Foundation* memenangkan Watsons (Health, Wellness and Beauty) HWB Awards 2021 atas *best local cosmetic brand*. Make over merupakan merek kosmetik profesional dengan rangkaian warna, tekstur, dan fungsi yang lengkap untuk setiap kategori produk. Make over sudah memiliki sertifikasi halal MUI dengan kualitas yang hampir sama dengan kualitas kosmetik produk dari luar negeri.

Make over memiliki Tagline yaitu "*Beauty Beyond rules*", yaitu Make over mengharapkan bahwa wanita Indonesia dapat mengeksplorasikan dan mengekspresikan kepribadian sesungguhnya melalui beragam tampilan kecantikan tanpa adanya standar kecantikan atau kecantikan tanpa batas. Pada tahun 2013, Make Over membuka 120 outlet di Indonesia dan mendapatkan penghargaan *Women's Health Indonesia Choice 2013* untuk 4 kategori produk, yaitu *Make Over Liquid Lip Color*, *Make Over Lipbalm Lip Nutrition Orange Crush*, *Make Over Cheek Marbles*, dan *Make Over Ultra Liquid Matt Foundation*. Berikut logo perusahaan PT Paragon Technology and Innovation dan logo Make Over.



Gambar 1.2
Logo perusahaan PT Paragon Technology and Innovation dan logo Make Over.

Kualitas produk ialah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan (Kotler dan Keller, 2012). Kualitas produk, keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang dikeluarkan (Prawirosentono, 2002). Kepuasan pelanggan ialah suatu perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang diharapkan (Kotler & Keller, 2007). Kepuasan pelanggan dapat dikatakan bahwa situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2012). Loyalitas pelanggan merupakan suatu bentuk perilaku konsumen yang mengarah pada kemungkinan pembelian ulang, meningkatnya loyalitas pada harga, dan memberikan rekomendasi pada pihak lain (Agung, 2006).

Berdasarkan beberapa penelitian diperoleh hasil kualitas produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening yang sebagaimana penelitian dilakukan oleh (Widayatma & Lestari, 2018) lalu penelitian yang berpengaruh signifikan juga didukung dengan hasil kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kualitas produk, dengan kepuasan pelanggan berperan penting sebagai perantara, yang dilakukan oleh peneliti (Rajab & Nora, 2021). Namun hal tersebut terdapat kontradiksi dari bukti empiris yang diperoleh bahwa kualitas

produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, hasil penelitian tersebut yang dilakukan oleh peneliti (Santoso, 2019).

PT Paragon Technology and Inovation adalah perusahaan manufaktur dan distribusi kosmetik. Produk dari perusahaan ini diantaranya adalah Wardah, Puteri, dan Make Over. Selama empat tahun terakhir ini, PTI tumbuh 80% per tahun dengan jangkauan distribusi hingga ke 30 daerah operasional. Sebagai bukti keberhasilannya, PTI telah mendapatkan berbagai penghargaan diantaranya, Best CEO 2013, *Economic Challenge Awards* 2013, (*Indonesian Costumer Satisfaction Award*) ICSA 2013, dan *Superbrand* 2013.

Dari latar belakang dan fenomena bisnis diatas peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kosmetik Make Over di Malang)” sebagai sampel dari penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti akan merumuskan permasalahan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap kualitas produk, loyalitas dan kepuasan pelanggan pada Kosmetik Make Over Malang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Kosmetik Make Over Malang?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kosmetik Make Over Malang?

4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Kosmetik Make Over Malang?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai mediasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut untuk:

1. Untuk mendiskripsikan tentang kualitas produk, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan pada Kosmetik Make Over Malang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Kosmetik Make Over Malang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Kosmetik Make Over Malang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Kosmetik Make Over Malang.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai mediasi.

D. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan bisa memperoleh manfaat bagi peneliti maupun pihak yang lain yang terkait. Maka dari itu berikut manfaat yang dapat diperoleh berdasarkan pada penelitian yang dilakukan, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Selain sebagai tujuan untuk persyaratan menyelesaikan pendidikan derajat sarjana, penelitian ini bermanfaat sebagai:

- a. Informasi memperluas pengetahuan dan wawasan terhadap masyarakat dalam bidang ilmu khususnya pada manajemen pemasaran khususnya berhubungan dengan tema pengaruh kualitas produk, loyalitas dan kepuasan pelanggan Make Over.
- b. Penelitian ini juga dapat memperoleh masukan sebagai kepentingan ilmu dan menjadikan proposal ini sebagai bahan pertimbangan bagi rekan-rekan mahasiswa dalam menyusun skripsi mengenai obyek penelitian yang sejenis dan sebagai sarana informasi dalam pemecahan masalah yang sama.

2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini maka diharapkan bahwa penelitian ini bermanfaat untuk memperoleh wawasan bagi pihak yang terkait dalam hubungan kualitas produk, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan Make over Malang. Dengan mengevaluasi kualitas produk terhadap pelanggan serta pelanggan akan loyal terhadap perusahaan, maka penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan sebagai keputusan strategi pemasaran sebagai indikator kepuasan bagi pelanggan.