

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya perkembangan jaman, masyarakat umum sekarang dituntut agar mengikuti tren yang sedang terjadi di masa kini khususnya di dalam dunia kecantikan. Penampilan fisik termasuk salah satu tuntutan saat ini yang bisa dimanfaatkan untuk modal dalam bersosialisasi di masyarakat (Fauziah, 2021). Untuk wanita, kecantikan adalah salah satu faktor penting untuk mendukung penampilan mereka. Banyak wanita merasakan tidak nyaman karena permasalahan kulit wajah yang dialami seperti jerawat dan flek sehingga membuat mereka tidak percaya diri. Mereka akan berusaha mencari cara untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan melakukan perawatan wajah. Para wanita menggunakan produk-produk kecantikan yang sedang ramai dibicarakan di kalangan masyarakat dan di jual bebas di pasaran yang dipercaya mampu mengatasi segala masalah wajah yang sedang di alaminya.

Setiap pelaku usaha harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Perusahaan harus merancang strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Saat ini, persaingan antar merek semakin ketat sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasarnya (Ngaisah, 2019). Dengan demikian, para pelaku bisnis kecantikan dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis kecantikan harus selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang telah mereka beli.

Adanya fenomena yang menjamur saat ini dalam dunia kecantikan, yaitu salah satunya *brand* kosmetik lokal di Indonesia yang saat ini sedang banyak diperbincangkan di kalangan masyarakat dan mengalami peningkatan penjualan baik secara offline maupun online yaitu salah satunya produk Ms Glow. Ms Glow

berdiri pada tahun 2013 yang merupakan singkatan dari Magic for Skin, yang berawal dari penjualan produk Ms Glow skincare dan body care secara online dan telah memperoleh kepercayaan dari jutaan customer sehingga terus melakukan pengembangan produk. Menurut Ramadhani (2021), Ms Glow juga mendapatkan beberapa Awards di bidang kecantikan seperti yang dipublish dalam artikel compas.co.id pada Februari 2021 menyatakan bahwa Ms Glow masuk dalam urutan nomor 1 di Indonesia pada kategori produk skincare terlaris dari 10 top brand lokal. Selain itu Ms Glow juga menjadi urutan nomor 1 sebagai brand skincare lokal terlaris di E-Commerce dengan total penjualan sebanyak 38,5 miliar. Kini Ms Glow telah berkembang menjadi skincare, bodycare dan kosmetik serta memiliki agen dan member resmi di seluruh Indonesia bahkan sudah merambah ke mancanegara. Salah satu distributor resminya adalah Ms Glow Dee yang berlokasi di Centro Metropark, Jl. Semarang no. 22, GKB Gresik. Ms Glow Dee merupakan usaha yang dimiliki oleh influencer Gresik yang bergerak dibidang kecantikan.

Berdasarkan hasil observasi awal dengan salah satu *beautician* di Ms Glow Dee, diperoleh data bahwa penjualan produk kosmetik perawatan wajah tidak mengalami penurunan omset dan bulan-bulan tertentu mengalami kenaikan omset penjualan. Karena adanya hal itu, maka Ms Glow Dee selalu tetap meningkatkan dan memberikan kepuasan kepada para konsumennya. Kepuasan konsumen menjadi hal yang diutamakan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan khususnya dibidang kecantikan. Adanya kepuasan yang dimiliki oleh konsumen akan menunjang komunikasi dari satu orang ke orang yang lain yang bersifat positif serta terciptanya kepuasan konsumen dapat juga memberikan manfaat yaitu hubungan antara perusahaan dan juga para konsumen menjadi harmonis. Komunikasi yang disampaikan para konsumen yang merasa bahwa mereka puas dapat berupa rekomendasi kepada para konsumen yang lainnya dan mengatakan sesuatu yang bersifat baik tentang perusahaan (Daryanto & Setyobudi, 2014: 9-40). Menurut Rahmat (2021), mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan yang di miliki oleh konsumen ketika mereka mencapai sesuatu atau ketika sesuatu yang di inginkan dapat terjadi. Jika sesuai dengan yang di inginkan konsumen akan puas dan sebaliknya.

Faktor- faktor yang mempengaruhi adanya kepuasan konsumen menurut Nasution, (2021) yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan. Jika dilihat dari sisi kualitas produk, menurut Lite, (2017) kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan konsumen dapat dipenuhi. Menurut Hidayat, (2018), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam menilai suatu produk yaitu antara lain kemudahan dalam penggunaan produk yang berarti persepsi seseorang atau konsumen bahwa dalam menggunakan suatu produk tertentu mereka tidak perlu untuk mengeluarkan usaha yang berat, daya tahan yang berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan, kejelasan fungsi yang berarti pada kemampuan produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan keragaman ukuran produk yang berarti kelengkapan dan ketersediaan besar kecilnya ukuran produk yang ada.

Tabel 1.1 Penerapan Kualitas Produk di Ms Glow Dee

| No | Faktor-faktor | Penerapan di Ms Glow Dee |
|----|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Kemudahan dalam penggunaan | - Terdapat beberapa konsumen yang mengatakan bahwa pemakaian produk Ms Glow di wajah mereka bisa diaplikasikan dengan mudah namun ada juga dari mereka yang mengatakan bahwa terdapat produk yang susah untuk di <i>blend</i> dikarenakan tipe kulit wanita Indonesia yang berbeda-beda. |
| 2 | Daya tahan produk | - Produk Ms Glow mampu bertahan 2-3 tahun setelah tanggal produksi dan penggunaan terbaik yaitu maksimal 6 bulan setelah kemasannya di buka. - Ms Glow terbuat dari bahan alami yang aman digunakan untuk jangka panjang sehingga tidak |

| | | |
|---|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | merusak kulit karena tidak mengandung zat yang berbahaya. |
| 3 | Kejelasan fungsi | <ul style="list-style-type: none"> - Produk Ms Glow sudah disesuaikan dengan kebutuhan konsumen mulai dari perawatan wajah maupun badan pada wanita maupun laki-laki. - Ms Glow juga memiliki izin edar BPOM, sertifikasi halal dari MUI serta lolos pengujian Good Manufacturing Practice (GMP), sehingga fungsi dan kualitasnya tidak perlu dikhawatirkan konsumen lagi. |
| 4 | Keragaman ukuran produk | <ul style="list-style-type: none"> - Pada Ms Glow Dee terdapat semua jenis produk mulai dari produk yang berukuran kecil maupun yang berukuran besar. |

Sumber : Konsumen Ms Glow Dee

Keinginan konsumen yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut (Lite, 2017). Tidak hanya faktor kualitas produk, faktor kualitas layanan juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas layanan dapat diartikan suatu manfaat yang dirasakan oleh konsumen setelah melakukan evaluasi pada produk atau jasa tersebut dan membandingkan manfaat yang diharapkan oleh konsumen (Nurjaya *et al*, 2021). Menurut Mukuan *et al*, (2021) terdapat faktor-faktor terpenting yang dibutuhkan perusahaan atau bisnis untuk menilai suatu kualitas pelayanan yang terdiri dari ketanggapan (*responsiveness*) yang berarti Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas, Jaminan dan kepastian (*Assurance*) yang berarti mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari resiko, bahaya fisik, atau keraguan-keraguan, bukti fisik (*tangible*) yang meliputi penampilan fisik, kebersihan, kerapian karyawan dan kelengkapan komunikasi, perhatian (*empathy*) yang berarti tatacara yang digunakan penyelenggara pelayanan

untuk menunjukkan rasa peduli dan perhatian kepada konsumen serta keandalan (realibility) yang berarti kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

Persaingan dalam hal pelayanan khususnya dibidang kecantikan yang pada saat ini mengalami penurunan dan juga peningkatan diharapkan memberikan solusi yang cepat dan tepat dengan mengikuti perkembangan sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan konsumen. Keadaan sekarang yang mengharuskan Ms Glow Dee menerapkan protokol kesehatan di era pandemi covid-19 dan selalu memberikan informasi terkait pentingnya menjaga kesehatan dengan memakai masker, jaga jarak dan menerapkan standart keamanan/keselamatan dengan menyediakan penunjang untuk konsumen agar konsumen merasa nyaman dan aman saat ingin melakukan pembelian ataupun konsultasi kecantikan (Sunarsi, 2020).

Pelayanan pada Ms Glow Dee selalu berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik, ditunjukkan dengan karyawan selalu memberikan respon yang cepat dan tepat kepada para konsumennya dan berusaha untuk menyampaikan informasi yang jelas agar mudah untuk dimengerti konsumen. Selain itu Ms Glow Dee juga memberikan jaminan dan kepastian berupa kinerja pelayanan yang handal dan professional serta dilakukan dengan sungguh-sungguh untuk memuaskan konsumen yang dilayani. Sedangkan bentuk kepastian yang diberikan yaitu dilakukannya pelayanan secara tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan. Ms Glow Dee juga memberikan bukti fisik seperti peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia serta materi komunikasi yang dimiliki oleh Ms Glow Dee.

Selain kualitas layanan, faktor yang harus diperhatikan oleh masing-masing perusahaan dalam bersaing, terutama usaha dalam bidang kecantikan yaitu penetapan adanya kegiatan promosi. Dengan melakukan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi produk, harga, pelayanan dan promosi akan meningkatkan kepuasan konsumen (Handoko, 2017). Menurut Mardiyah (2022), promosi merupakan suatu gambaran tentang kegiatan yang secara efektif dilakukan oleh perusahaan atau pemilik usaha untuk mendorong minat beli konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan atau pemilik usaha bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk kepada konsumen

atau kepada calon konsumen agar tertarik untuk melakukan pembelian produk sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai (Amala, 2021). Adapun faktor bauran promosi menurut Pramuditha, (2021) yaitu antara lain periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Berdasarkan hasil wawancara dan survei secara langsung kepada Ms Glow Dee, terdapat bauran promosi yang dapat dijelaskan dalam tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.2 Penerapan bauran promosi

| No | Bauran Promosi | Penerapan di Ms Glow Dee |
|----|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Periklanan (<i>advertising</i>), | <ul style="list-style-type: none"> - Ms Glow Dee mengajak influenzer Gresik untuk menjadi brand ambassador, agen maupun reseller produk Ms Glow - Ms Glow Dee juga melakukan periklanan di Youtube <i>channel</i> Mutiara Production maupun di Instagram |
| 2 | Penjualan personal (<i>personal selling</i>) | - Ms Glow Dee melakukan penjualan secara langsung (tatap muka) yang dilakukan di tempat klinik Ms Glow Dee saat konsumen melakukan konsultasi sekaligus untuk memperkenalkan produk yang ada di Ms Glow Dee sehingga konsumen kemudian akan mencoba dan membelinya. |
| 3 | Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) | <ul style="list-style-type: none"> - Ms Glow Dee selalu memberikan hadiah untuk para konsumennya jika melakukan pembelian produk berupa tas, parfum, kaca dan barang aksesoris yang lainnya. - Pemberian diskon produk pada hari-hari tertentu |

| | | |
|---|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - Pemberian giveaway kepada seluruh pengikut Instagram Ms Glow Dee |
| 4 | Publisitas (<i>public relation</i>), | <ul style="list-style-type: none"> - Ms Glow Dee melakukan gathering bersama para influenzer, reseller, agen dan juga para tamu yang diundang - Menjadi pembicara dalam kegiatan materi beauty class bersama duta cak yuk di Gresik |
| 5 | Pemasaran langsung (<i>direct marketing</i>). | <ul style="list-style-type: none"> - Ms Glow Dee memiliki katalog, situs web yang bisa digunakan untuk melakukan pemasaran secara langsung - Memiliki saluran belanja online di beberapa market place - Kios marketing |

Sumber : Pemilik Ms Glow Dee 2022

Adanya promosi akan cenderung membuat konsumen untuk tertarik dengan produk tersebut, terutama konsumen wanita. Promosi merupakan segala kegiatan yang sangat dibutuhkan dalam memasarkan suatu produk atau jasa sehingga dapat menarik untuk membeli produk tersebut, kegiatan promosi harus disusun dengan semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan harus mudah di mengerti oleh masyarakat agar orang yang membacanya dapat tertarik.

Kepuasan konsumen memiliki hubungan erat dan berpengaruh terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi yang diberikan kepada konsumen yang dibuktikan oleh penelitian Mahmud & Nurlia, (2021) "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Kiyomi Jeans di ITC Cempaka Mas Jakarta Pusat" yang menghasilkan bahwa kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini juga menghasilkan kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian penjelasan diatas membuat peneliti tertarik untuk mengetahui apakah pada Ms Glow Dee kualitas produk, kualitas pelayanan dan

promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen di Ms Glow Dee”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka penelitian yang akan dibahas antara lain :

1. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ms Glow Dee?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ms Glow Dee?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ms Glow Dee?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ms Glow Dee?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang sudah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk :

1. Mengetahui dan menilai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Ms Glow Dee
2. Mengetahui dan menilai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Ms Glow Dee
3. Mengetahui dan menilai pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ms Glow Dee
4. Mengetahui dan menilai pengaruh promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ms Glow Dee

1.4 Manfaat Penelitian

Sejalan dengan tujuan tersebut, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi berbagai pihak :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah informasi, pengetahuan dan sebagai referensi untuk menambah pengetahuan tentang kepuasan konsumen dan aspek-aspek lain seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi dalam pengambilan keputusan manajemen pemasaran.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi Ms Glow Dee terkait faktor apa saja yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen dan agar bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajemen pemasaran.

