

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kecantikan merupakan salah satu fokus utama masyarakat di era modern ini. Tidak hanya melanda orang dewasa bahkan remaja era masa kini pun juga tidak ketinggalan memperhatikan kecantikan mereka baik di luar maupun di dalam rumah.

Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan manusia yang semakin berkembang. Bagi masyarakat dengan gaya hidup saat ini, kosmetik sudah menjadi kebutuhan pokok yang berperan penting untuk menunjang penampilan seseorang dan berdampak pada semakin meningkatnya industri kosmetik dunia termasuk Indonesia.

Dengan adanya fenomena di atas tidak sedikit kaum hawa yang rela mengeluarkan uang untuk merawat tubuh mereka demi mendapatkan kecantikan yang diinginkan. Konsumen memiliki cara sendiri dalam memilih produk kecantikan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

PT. Paragon Technology dan Innovation adalah salah satu perusahaan yang memproduksi kosmetik Wardah . Wardah merupakan pelopor kosmetik halal di Indonesia. Berikut ini disajikan survei penjualan kosmetik Wardah

**Tabel 1.1**

**Data Survei Produk Wardah Tahun 2017**

No	Nama Produk	2015	2016	2017
1	Pelembab Wajah	-	8,0 %	7,3 %
2	Lipstik	14,9 %	22,3 %	25,0 %
3	Lip Gloss	11,7 %	13,7 %	23,1 %
4	Blush On	12,8 %	23,0 %	21,3 %
5	Foundation	9,2 %	26,9 %	23,1 %
6	Bedak Muka Tabur	13,9 %	15,5 %	17,0 %
7	Bedak Muka Padat	17,2 %	25,0 %	26,0 %
8	Sunblock	-	8,7 %	7,5 %

Sumber : <http://www.topbrand-award.com/>

Tabel 1 merupakan data penjualan kosmetik Wardah berdasarkan survei Top Brand. Data tersebut menunjukkan bahwa pelanggan kosmetik Wardah terus mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa produk Wardah mampu menarik perhatian konsumen Indonesia sebagai produk kecantikan yang banyak digunakan.

Meskipun terdapat peningkatan setiap tahunnya pada produk Wardah, kita juga dapat melihat bahwa terdapat penurunan pada pemakai produk Wardah. Masuknya produk impor yang berlebihan menjadi ancaman serius untuk eksistensi Wardah dan tidak menutup kemungkinan penurunan akan terus terjadi jika tidak segera diatasi. Terbukti dengan kondisi pasar kosmetik dalam negeri saat ini yang masih didominasi oleh industri multinasional dengan penguasaan

pangsa pasar 70% sedangkan industri nasional hanya 30% (Dikutip dari laman bisnis.com).

Demi mempertahankan para pelanggannya Wardah berusaha menjaga Loyalitas para pelanggannya. Loyalitas pelanggan yaitu "Perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu-satunya merek yang tersedia, merek termurah, dan sebagainya)."

Menurut observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti di beberapa tempat seperti supermarket, minimarket dan di Universitas Satya Negara Indonesia terdapat penurunan Loyalitas Pelanggan pada Kosmetik Wardah. Hal ini disebabkan oleh tingginya gempuran kosmetik asing yang masuk dan ketatnya persaingan di bidang kosmetik/kecantikan sehingga menyebabkan pelanggan menjadi kurang loyal terhadap produk Wardah.

Menurunnya Loyalitas Pelanggan Produk Wardah disebabkan berbagai faktor salah satunya adalah Kualitas Produk. Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk wardah cukup bagus namun masih terdapat kekurangan sehingga menyebabkan menurunnya loyalitas pelanggan. Meningkatkan kualitas produk adalah salah satu kunci untuk meningkatkan penjualan dan memperoleh kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan menjadi loyal terhadap produk wardah.

Penyebab lain yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan lainnya adalah Citra Merek. Citra Merek merupakan persepsi dan kepercayaan yang dipegang

oleh konsumen, yang tercermin atau melekat dalam benak dan memori dari seorang konsumen sendiri. Citra Merek Wardah cukup baik karena Wardah sudah lama hadir di Indonesia dan Wardah merupakan pelopor kosmetik yang mendapatkan sertifikat halal dari MUI. Selain karena berbagai penghargaan tersebut Wardah juga turut berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar sehingga menumbuhkan kepercayaan merek bagi pelanggannya. Meskipun demikian Wardah harus meningkatkan citra mereknya agar jangkauan pemasarannya lebih luas dan meningkatkan loyalitas pelanggan tidak hanya dari pelanggan muslim namun juga dari pelanggan non muslim sehingga penjualan bisa meningkat.

Yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan selanjutnya adalah. Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Di masyarakat sering terdengar istilah harga sesuai dengan kualitas yang artinya merupakan semakin bagus kualitas sebuah produk maka semakin mahal harga yang ditawarkan. Untuk harga kosmetik Wardah masih mengikuti standar harga yang diberikan oleh merek kosmetik lainnya. Meskipun demikian tidak menutup kemungkinan harga dapat mempengaruhi Loyalitas pelanggan, karena biasanya pelanggan lebih tertarik dengan harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama dan banyak produk kosmetik yang melakukan strategi tersebut. Berikut peneliti sajikan beberapa penelitian terdahulu mengenai Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.

**Tabel 1.2**  
**Research Gap**

Variabel	Penelitian	Hasil Penelitian
Kualitas Produk	Irma Yunita (2013)	Berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan
	Ella Siti Chaeriah (2016)	Berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan
	Yanto (2016)	Berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan
Citra Merek	Irma Yunita (2013)	Berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan
	Ella Siti Chaeriah (2016)	Berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan
	Linda Nita Dewi (2014)	Tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

Harga Produk	Merinda Tomida (2016)	Berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan
	Yanto (2016)	Berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan
	Melysa Elizabeth Pongoh (2013)	Tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2018)

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mencoba melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Wardah (Studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia).

## 1.2 Perumusan Masalah

Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang, peneliti bermaksud menguji pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. Secara spesifik rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

- a. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk kosmetik Wardah ?
- b. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan produk kosmetik Wardah ?
- c. Apakah Harga Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan produk kosmetik Wardah ?
- d. Apakah Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan produk kosmetik Wardah ?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk kosmetik Wardah.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan produk kosmetik Wardah.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Harga Produk terhadap Loyalitas Pelanggan produk kosmetik Wardah.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Produk terhadap Loyalitas Pelanggan produk kosmetik Wardah.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan kualitas produk, citra merek dan harga serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengelola dan menentukan langkah yang diambil untuk pembinaan terutama dalam kualitas produk, citra merek dan harga sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik Wardah.