

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, masyarakat umum khususnya wanita lebih mengutamakan kecantikannya. Tingginya permintaan pelanggan terhadap produk perawatan kecantikan menjadikan peluang bagi pelaku usaha pusat perawatan kecantikan. Sehingga mulai bermunculan pusat perawatan kecantikan di berbagai kota khususnya di Surabaya. Beragam produk perawatan kecantikan ditawarkan dengan harga yang bersaing, produk yang beragam, dan pelayanan yang baik. Dengan beragamnya produk yang ditawarkan, pusat perawatan kecantikan dituntut untuk dapat memberikan kualitas produk yang baik pula agar dapat menarik perhatian para wanita dan menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2002:24) terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah saat dimana konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek perusahaan (Kotler, 2003: 140).

Menurut Hadi Irawan (2002:20), pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari pemasok, produsen atau penyedia

jasa. Nilai tersebut bisa berasal dari sisi produk, pelayanan, dan sistem yang baik. Kalau pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi apabila pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas, sehingga nantinya akan tercipta suatu kesetiaan terhadap merek yaitu melakukan pembelian ulang secara terus-menerus dan akan selalu membiasakan mengkonsumsi sepanjang waktu, selalu menyukai produk tersebut, tetap memilih produk yang diinginkannya walaupun ada produk yang menawarkan lebih murah, keyakinan bahwa produk atau merek yang dipilih adalah produk yang terbaik, merekomendasikan kebaikan yang ada pada produk tersebut kepada orang lain.

Jika perusahaan menanamkan kepuasan kepada pelanggan, maka akan menuai laba yaitu loyalitas dari konsumen, dimana pelanggan yang puas akan membeli lebih banyak lagi produk yang telah memberikan kepuasan tersebut. Kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat penting yang harus di pertimbangkan di industri apa pun, baik industri yang menjual barang atau jasa (Hadi Irawan, 2002:09). Pelanggan yang loyal memang penting untuk kelangsungan hidup bisnis (Reichheld dan Schefter, 2000; Semejin et al, 2005:105). Untuk itu banyak perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran defensif untuk meningkatkan pangsa pasar dan profitabilitas dengan memaksimalkan pelanggan (Tsoukatos dan Rand, 2006:501).

Pusat perawatan kecantikan yang menawarkan berbagai produknya, diantaranya LBC (*London Beauty Center*) yang menawarkan salah satu produk *peeling* yang memiliki rentang aplikasi lebar pada berbagai kedalaman jaringan

kulit yaitu LBC *Super Peel*. Efektif untuk berbagai masalah kulit wajah maupun badan. Antara lain flek, jerawat, komedo, keriput, kulit kusam, dll. Selain itu, ada juga LBC *Skin Peel of Mask* yang salah satu produknya adalah *Whitening Peel of Mask* yaitu masker untuk flek, kulit kusam & memutihkan wajah (<http://londonbeautycentre.com>). Pusat perawatan kecantikan lainnya adalah Bella *Skin Care* yang menawarkan salah satu produknya yaitu *DermaTech Age Defence Serum*. Dengan bahan utama Artemia Salina yang kaya antioksidan- serum ini melindungi kulit dari kerusakan akibat paparan sinar matahari, mencegah penuaan kulit dini dan merangsang produksi kolagen. Sangat cocok untuk hiperpigmentasi dan masalah penuaan kulit akibat sinar matahari. Kerutan dan garis halus berkurang serta tekstur kulit meningkat (<https://www.bellaskin.co.id>).

Namun, pada kenyataannya ada beberapa pusat kecantikan yang tidak menjelaskan secara detail mengenai kandungan dari produknya. Salah satu pusat perawatan kecantikan menawarkan perawatan yang dapat menjadikan kulit lebih cerah dan kencang dengan cara menyuntikkan formula khusus yang dapat merangsang pertumbuhan sel kolagen serta menghambat sensitivitas melanin. Kurangnya informasi mengenai kandungan yang terdapat dalam produk “X” tersebut menimbulkan efek samping. Seperti yang dialami oleh pelanggan produk “X” yang menjelaskan bahwa kulit wajahnya gatal-gatal setelah berhenti dari produk “X” dan mengganti dengan produk lainnya. Selain itu, pelanggan yang lain pada blog yang sama juga menjelaskan bahwa kulit wajahnya terlihat merah-merah dan menipis apabila berhenti menggunakan produk “X” tersebut (<http://bundaannin.blogspot.com>). Keluhan lain datang pada pelanggan produk

“X” yang mengatakan bahwa kulit wajahnya menjadi berminyak dan timbul banyak jerawat (<http://hilangkanjerawat.blogspot.com>).

Untuk melindungi masyarakat dari penggunaan kosmetika yang tidak memenuhi persyaratan keamanan, manfaat dan mutu, Badan POM secara rutin dan berkesinambungan melakukan pengawasan peredaran kosmetika, termasuk kemungkinan penggunaan bahan berbahaya/dilarang dalam sediaan kosmetika. Berdasarkan hasil pengawasan Badan POM di seluruh Indonesia pada tahun 2012 sampai dengan bulan Oktober ditemukan 48 kosmetika yang mengandung bahan berbahaya/dilarang. Untuk itu Badan POM mengeluarkan peringatan publik/*public warning* dengan tujuan agar masyarakat tidak menggunakan kosmetika tersebut karena dapat membahayakan kesehatan (<http://www.pom.go.id>).

Temuan kosmetika yang mengandung bahan berbahaya/dilarang selama 5 tahun terakhir mengalami penurunan dari 3,19% menjadi 0,42% temuan dari jumlah produk yang disampling. Pada 2008 jumlah temuan 3,19% dari produk yang disampling; 2009 jumlah temuan 1,49%; tahun 2010 jumlah temuan 0,86%; tahun 2011 jumlah temuan 0,70%; dan tahun 2012 jumlah temuan 0,42%. Bahan berbahaya/dilarang yang diidentifikasi terkandung dalam kosmetika tahun 2012 menunjukkan tren yang sama dengan tahun-tahun sebelumnya, yaitu penggunaan bahan berbahaya/dilarang pada bahan pemutih kulit dan pewarna dilarang. Sebagai tindak lanjut terhadap seluruh temuan kosmetika mengandung bahan berbahaya/ dilarang tersebut, dilakukan penarikan produk dari peredaran dan dimusnahkan (<http://www.pom.go.id>).

Badan POM berkomitmen untuk terus melakukan koordinasi lintas sektor antara lain dengan Pemda Kab/Kota (Dinas Kesehatan/Dinas Perindustrian/Dinas Perdagangan) – Kepolisian serta Asosiasi dalam pengawasan dan penanganan kasus kosmetika mengandung bahan berbahaya/ dilarang. Selain itu, dilakukan pula pembinaan/advokasi kepada UKM kosmetika. Diserukan kepada pelaku usaha yang melakukan produksi dan/atau mengedarkan kosmetika mengandung bahan berbahaya/dilarang untuk menghentikan praktek-praktek tersebut. Kepada masyarakat BPOM menegaskan untuk tidak menggunakan kosmetika mengandung bahan berbahaya/ dilarang sebagaimana tercantum dalam lampiran peringatan publik/*public warning* ini termasuk peringatan publik/*public warning* yang sudah diumumkan sebelumnya, karena dapat menyebabkan risiko bagi kesehatan bahkan dapat berakibat fatal (<http://www.pom.go.id>).

Berikut adalah daftar produk kosmetik yang dinyatakan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebagai produk berbahaya tahun 2009 (<http://kesehatan.kompas.com>).

Tabel 1.1
DAFTAR KOSMETIK BERBAHAYA TAHUN 2009

No.	Merek Perawatan Kecantikan
1.	Caronne Beauty Day Cream
2.	Caronne Whitening Cream (Day Care)
3.	Caronne Whitening Cream (Night Care)
4.	CR Lien Hua Bunga Teratai Night Cream
5.	CR Racikan Ling Zhi Night Cream With Vit.E
6.	CR Day Cream With Vit.E
7.	CR UV Whitening Night Cream
8.	CR UV Whitening Day Cream
9.	DR's Secret 3 Skinlight
10.	DR's Secret 4 Skinrecon
11.	Dr. Fredi Setyawan Extra Whitening Cream
12.	Dr. Fredi Setyawan Whitening Cream II
13.	Fruity Vitamin C
14.	Plentiful Night Cream
15.	Olay Total White
16.	Olay Krim Pemutih
17.	Pond's Age Miracle Day and Night Cream

Sumber : BPOM, diolah

Berdasarkan pada uraian yang dijelaskan di atas Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Pengaruh Kualitas Produk “X” terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada Mahasiswi STIE Perbanas Surabaya.**

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk “X” mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas produk “X” mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan?
3. Apakah kualitas produk “X” mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk “X” secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk “X” secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk “X” secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi Perusahaan

Berdasarkan penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi bagi perusahaan mengenai kualitas produk yang dapat mempengaruhi kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan.

Bagi STIE Perbanas

Berdasarkan penelitian ini diharapkan bisa memperkaya khasanah perpustakaan yang ada di STIE Perbanas Surabaya.

Bagi Peneliti

Berdasarkan penelitian ini diharapkan bisa memperkaya dan memperdalam pengetahuan mahasiswa tentang kualitas produk yang dapat mempengaruhi kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada studi yang peneliti lakukan saat ini, secara umum merujuk pada aturan penulisan ilmiah skripsi mahasiswa strata satu jurusan

manajemen STIE Perbanas Surabaya. Adapun sistematikanya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan penelitian terdahulu, landasan teori, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari rencana penelitian, batasan-batasan penelitian, identifikasi variabel, pengukuran variabel dan definisi operasional, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisi uraian tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan uraian tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.