

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini industri kosmetik perawatan wajah merupakan salah satu industri jasa yang telah berkembang untuk melayani kebutuhan dan keinginan konsumen karena industri ini menyediakan layanan pencegahan, pengobatan dan perawatan tubuh yang ditujukan wanita maupun pria. Sebagai sebuah industri yang berhubungan dengan keindahan dan kesehatan tubuh, maka perkembangannya akan sangat tergantung pada keinginan pasar untuk memilih produk perawatan wajah yang dibutuhkan. Perusahaan kosmetik perawatan wajah sebagai pelaku industri tersebut diatas keberadaannya tidak terlepas dari kebutuhan untuk mendapatkan keuntungan melalui pelayanan yang semakin baik dan mengikuti tuntutan kebutuhan pelanggan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka untuk memperoleh keuntungan yang besar dalam perusahaan seiring dengan pertumbuhan permintaan pasar, maka perusahaan kosmetik perawatan wajah harus lebih berfokus dalam memberikan layanan dan solusi terbaik untuk pelanggan sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan pengguna jasa. Selain harus mengikuti perkembangan kebutuhan dan keinginan pelanggan, perusahaan juga seharusnya mempertimbangkan langkah-langkah dari pesaing yang membidik pasar yang sama.

Saat ini kebutuhan konsumen akan perawatan kosmetik wajah bisa dikatakan meningkat, hal ini bisa dilihat dengan banyaknya pertumbuhan perusahaan yang bergerak dibidang jasa perawatan kosmetik wajah. Merek merek

dari produk perawatan kosmetik wajah adalah Natasha skin care, Cantik kosmetik, Miracle, Erha clinic, LBC Dan lain-lain. Dengan maraknya produk kosmetik perawatan wajah yang beredar dipasaran membuat persaingan pasar semakin ketat untuk perusahaan kosmetik kecantikan. Dan juga saat ini kosmetik perawatan wajah juga merupakan kebutuhan yang bisa dikatakan sangat penting untuk menunjang penampilan khususnya wanita. Karena sekarang ini banyak masyarakat yang mulai sadar akan pentingnya menunjang penampilan. Untuk itu perusahaan kosmetik perawatan wajah harus lebih efektif dalam membidik pasar sasaran sehingga mampu memenangkan persaingan pasar. Namun di sisi lain ada masalah yang ditimbulkan, dengan maraknya persaingan menimbulkan banyak perusahaan kosmetik perawatan wajah yang tidak memperhatikan kualitas produknya sehingga menggunakan bahan-bahan yang tidak layak digunakan dalam memproduksi produk, sehingga dapat menimbulkan efek berbahaya dalam jangka panjang kepada pelanggan.

Sebagai salah satu pendatang baru dalam industri perawatan wajah di Surabaya, produk kosmetik Cantik dituntut untuk dapat menjawab kebutuhan dan keinginan pasar di Surabaya. Karena itu merupakan hal yang terpenting dalam sebuah perusahaan jika ingin memasuki persaingan pasar kosmetik perawatan wajah. Jika hal tersebut sudah dianggap mampu diraih oleh kosmetik Cantik maka bisa dikatakan sudah berhasil mencapai tujuan dari setiap perusahaan pada umumnya. Tetapi, dalam mencapai suatu tujuan tidaklah mudah karena pasti akan banyak kendala yang dihadapi oleh perusahaan kosmetik Cantik, apalagi melihat ketatnya persaingan kosmetik saat ini. Disamping harus dihadapkan dengan

semakin ketatnya persaingan pasar yang ada, salah satu kendala yang dihadapi oleh Cantik kosmetik dalam menjalankan bisnisnya adalah Cantik kosmetik terdaftar sebagai 17 kosmetik berbahaya di Indonesia.

Tabel 1.1
17 KOSMETIK BERBAHAYA MENURUT BPOM

NO	NAMA PRODUK
1.	Tabita Daily Cream
2.	Tabita Nightly Cream
3.	Tabita Skin Care Smooth Lotion
4.	Herbal Clinic "Green Alvina" Walet Cream Mild Night Cream
5.	Green Alvina Night Cream Acne
6.	Chrysant 24 Skin Care Pemutih Ketiak
7.	Chrysant 24 Skin Care Cream Malam Jasmine
8.	Chrysant 24 Skin Care AHA Toner No. 1
9.	Chrysant 24 Skin Care AHA Toner No.2
10.	Chrysant 24 Skin Care AHA Toner No.1
11.	Hayfa Sunblock Acne Cream Natural Pagi-Sore
12.	Hayfa Acne Morning Pagi-Sore
13.	Acne Lotion dr. Nur Hidayat,SpKK
14.	Cream Malam Prima 1 dr. Nur Hidayat,SpKK
15.	Acne Cream Malam dr. Nur Hidayat,SpKK
16.	Cantik Whitening Vit. E Night Cream
17.	Cantik Whitening Vit. E Day Cream

sumber : *vemale.com*

Menanggapi hasil keputusan dari BPOM yang menyatakan bahwa produk dari Cantik merupakan salah satu produk yang termasuk dalam 17 kosmetik berbahaya di Indonesia versi *vemale.com*. Maka pihak kosmetik Cantik harus membangun kembali citra perusahaan agar kembali mendapat respon positif dari pengguna produk kosmetik Cantik. Dan mengembalikan kepercayaan pelanggan terhadap produk kosmetik Cantik, karena melihat ketatnya persaingan kosmetik keCantikan di Surabaya dimana produk tersebut adalah Erha, Natasha

Skin Care, Miracle dan LBC. Maka produk Cantik harus mampu mengembalikan *image* positif dari pelanggan, sehingga mampu terbangun kembali rasa kepercayaan pelanggan terhadap produk kosmetik Cantik. Dengan kembalinya rasa kepercayaan pelanggan terhadap kosmetik Cantik maka tidak menutup kemungkinan konsumen akan kembali loyal terhadap produk Cantik dan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk kosmetik Cantik.

Namun, saat ini kebanyakan para pelanggan tidak mengutamakan efek jangka panjang dari produk yang di gunakan, saat ini pelanggan hanya mengutamakan produk yang di gunakan mampu melengkapi kebutuhan yaitu dalam menunjang penampilan, maka dengan mudah nya para pelanggan percaya terhadap produk yang di gunakan sehingga terbangunnya rasa loyal terhadap satu produk. Dampak dari adanya keputusan BPOM tidak menjadikan produk kosmetik Cantik ini kehilangan sebagian pelanggan. Disini bisa dilihat dengan adanya kebutuhan pelanggan yang terpuaskan maka mampu membuat pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan. Karena kepuasan pelanggan adalah tujuan utama dari perusahaan. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh penulis 3 dari 5 pelanggan kosmetik Cantik memilih tetap bertahan untuk menggunakan produk kosmetik Cantik meskipun telah di tetapkan sebagai salah satu kosmetik bermasalah oleh BPOM dengan alasan utama adalah kosmetik Cantik mampu memberikan hasil yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan tercapai kepuasan pelanggan maka suatu perusahaan bisa dikatakan perusahaan tersebut berhasil. Lanjutan positif dari kepuasan pelanggan adalah terciptanya rasa kepercayaan terhadap perusahaan. Karena secara tidak langsung perusahaan dapat

mewujudkan apa yang pelanggan butuhkan. Dengan terbangunnya sebuah kepercayaan maka pelanggan secara otomatis akan loyal terhadap apa yang di percaya. Dan melihat rantai positif tersebut kemungkinan besar yang akan terjadi pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Pentingnya menjaga kualitas pelayanan terhadap pelanggan karena dengan adanya kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan dari perusahaan, maka akan memberikan banyak dampak bagi perusahaan perawatan wajah itu sendiri. Pertama jika pelanggan merasa puas akan kualitas pelayanan suatu perusahaan maka menimbulkan rasa percaya terhadap jasa yang diberikan. Kedua jika telah terbangun rasa percaya pada pelanggan tersebut maka akan berdampak positif terhadap citra dari perusahaan jasa perawatan wajah. Dengan terbangunnya rasa puas, rasa percaya maka dampak tersebut mampu menarik pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk. Pembelian ulang dari pelanggan merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, karena dengan adanya niat pembelian ulang dari pelanggan sebuah perusahaan dapat mendapatkan banyak keuntungan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan kosmetik Cantik di Surabaya ?
- b. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Cantik di Surabaya ?

- c. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Cantik di Surabaya ?
- d. Apakah loyalitas berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang pelanggan kosmetik Cantik di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan pelanggan kosmetik Cantik di Surabaya.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Cantik di Surabaya
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Cantik di Surabaya.
- d. Untuk mengetahui pengaruh loyalitas terhadap pembelian ulang pelanggan kosmetik Cantik di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis maupun pihak-pihak lain. Manfaat penelitian ini :

- a. Bagi Penulis

Sebagai bentuk penulisan dan sebagai pembelajaran yang diperoleh selama menempuh studi dalam bidang ilmu ekonomi, khususnya manajemen pemasaran.

- b. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat dipakai sebagai bahan analisis pelanggan kosmetik Cantik di Surabaya

c. Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan akan adanya keputusan yang mempengaruhi pembelian ulang pelanggan Cantik kosmetik dan menambah perbendaharaan perpustakaan sebagai bahan bacaan ilmiah.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar mempermudah cara penulisan, maka penulis membagi dengan bab-bab secara teratur dan sistematis, adapun sistematika penulis adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan Proposal.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang penelitian terdahulu dan teori-teori yang digunakan sebagai pijakan dalam mencari pemecah masalah penelitian, kerang pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian diuraikan secara rinci mengenai hal-hal yang berkaitan dengan prosedur penelitian yang meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini diuraikan tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran