

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Peluang usaha meningkat seiring berkembangnya zaman di Indonesia. Bidang usaha, kosmetik memiliki keuntungan yang perkembangannya sangat cepat. Kosmetik beberapa tahun terakhir telah menjadi bagian dari kebutuhan manusia yang merupakan salah satu solusi yang ditawarkan dalam kemudahan dan kepraktisan untuk menunjang penampilan seseorang khususnya wanita. Selain itu kosmetik juga dipercaya dalam menumbuhkan tingkat percaya diri seseorang, sehingga kosmetik dapat menjadi peluang usaha yang menghasilkan keuntungan bagi pelaku usaha tersebut. Departemen Kesehatan dan pelanggan prihatin dengan Sektor Kosmetik di pasar tradisional karena standar kemasan yang buruk. Namun, setelah sepuluh tahun, bisnis tersebut telah berkembang menjadi usaha yang cukup aktif dan sehat dengan tingkat perkembangan 115% dibandingkan tahun belakangan, Gani (2019). Tiga alasan penting untuk pertumbuhan meningkat yaitu pengembangan ekonomi yang pesat, kegiatan pemasaran dan pergeseran distribusi. Sektor usaha kosmetik yang memasarkan barang didalam negeri berasal dari kelompok usaha kecil dan menengah termasuk juga perusahaan nasional dan internasional, Gani (2019).

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan kosmetik sebagai barang kecantikan yang dapat mempercantik wajah dan kulit, contohnya bedak, *cream*, *lotion*, dan sebagainya.

Di Indonesia sendiri perkembangan kosmetik menurut Risda (2021) industri kosmetik mengalami peningkatan masa ke masa dengan perkembangan gaya hidup masyarakatnya yang berubah dimana kosmetik ini merupakan bagian dari kebutuhan wanita barang kosmetik yang dimaksud seperti *skincare* dan *makeup*. Tahun 2019 pemasaran kosmetik kecantikan di negeri sampai hingga 49.598 barang atau produk dengan perhitungan 60,7% peredaran makanan dan obat, Yanti, Sahrudi dan Syahrani (2020). Dengan beredarnya *brand* kosmetik yang semakin meningkat di Indonesia, khususnya di Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat sebagai bukti bahwa pendiri *brand* atau merk tersebut berlomba untuk meningkatkan dan memenuhi kebutuhan kosmetik. Pasalnya aktifitas jual beli dengan intensitas persaingan dalam jumlah pesaing mendorong pemilik usaha agar lebih memfokuskan tentang kebutuhan serta keinginan yang diharapkan konsumen dengan memperhatikan cara pelayanan yang menyenangkan untuk dapat memuaskan konsumen dari yang dilakukan pesaing dalam peningkatan kualitas pelayanan.

Di Kabupaten Pasaman Barat terdapat beberapa toko kosmetik salah satunya adalah toko kosmetik requeena yang berlokasi di simpang empat Pasaman Barat. Toko tersebut memiliki tempat strategis yang dapat dikunjungi dengan mudah oleh konsumen. Toko kosmetik requeena juga memiliki tingkat pelayanan baik yang dapat mencerminkan citra yang baik dan selalu ramai dikunjungi masyarakat. Sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen baik dari segi harga maupun kualitas pelayanan dibanding dengan toko varia.

**Tabel 1. 1**  
**Data Pengunjung Konsumen Toko Requeena Dan Toko Varia Kosmetik Pasaman Barat Januari - September 2021**

| Bulan        | Konsumen |                |       |                |
|--------------|----------|----------------|-------|----------------|
|              | Requeena | Persentase (%) | Varia | Persentase (%) |
| Januari      | 254      | 10%            | 154   | 6%             |
| Februari     | 213      | 8%             | 202   | 8%             |
| Maret        | 262      | 10%            | 258   | 10%            |
| April        | 314      | 12%            | 303   | 12%            |
| Mei          | 309      | 12%            | 278   | 11%            |
| Juni         | 320      | 12%            | 341   | 13%            |
| Juli         | 280      | 10%            | 250   | 10%            |
| Agustus      | 315      | 12%            | 329   | 13%            |
| September    | 404      | 15%            | 420   | 17%            |
| <b>Total</b> | 2671     | 100%           | 2535  | 100%           |

*Sumber : Toko Requeena & Toko Varia Kosmetik di Kabupaten Pasaman Barat (2021)*

Berdasarkan pada data pengunjung pada bulan januari toko requeena lebih unggul dengan persentase 10% dibandingkan dengan toko varia yang hanya 6%. Pada data pengunjung bulan februari toko requeena dan varia mengalami persentase sebesar 8% jika dibandingkan toko requeena mengalami penurunan sebesar 2% dari bulan sebelumnya sedangkan varia mengalami peningkatan hingga 2% dari bulan januari. Bulan Maret toko requeena mengalami peningkatan 2% dari bulan sebelumnya sehingga persentase menjadi 10% sama dengan yang dialami toko varia yang mengalami peningkatan 2% sehingga persentase pada bulan maret menjadi 10%. Pada bulan april toko requeena dan toko varia menduduki persentase sebesar 12% meningkat dari bulan sebelumnya sebesar 2% namun pada bulan mei toko requeena tetap dengan persentase pengunjung sebesar 12% sedangkan varia turun

hingga menjadi 11%. Pada bulan juni requeena masih mengalami stabilitas data pengunjung di 12% berbeda dengan varia yang meningkat dari bulan sebelumnya hingga 2% menjadi 13%. Toko requeena dan toko varria mengalami penurunan sebesar 2% dan 3% dari bulan juni sehingga memiliki persentase sebesar 10%. Pada bulan agustus toko requeena mengalami peningkatan sebesar 2% sehingga persentase pengunjung sebesar 12% sedangkan varia meningkat sebesar 3% sehingga menjadi 13%. Bulan september toko requeena mengalami peningkatan 3% hingga persentase data pengunjung menjadi 15% sedangkan toko varia mengalami peningkatan hingga 4% dari bulan agustus hingga mengalami persentase data pengunjung sebesar 17%. Dari data tersebut terlihat bahwa kunjungan ke toko kosmetik varia terbilang cukup sedikit dibanding dengan toko requeena yang dominan lebih banyak terlihat dari total pengunjung toko requeena sebesar 2671 sedangkan toko varia 2535 (sumber data: toko kosmetik requeena dan toko varia Kabupaten Pasaman Barat). Dari perbandingan tersebut toko requeena yang memiliki jumlah pengunjung lebih banyak pastinya di dukung dengan harga dan kualitas pelayanan maka tercapai kepuasan pengunjung sehingga konsumen tertarik kembali untuk mengunjungi toko tersebut.

Berdasarkan pada data pengunjung para pelaku pemasaran harus dapat mengembangkan strategi pasar yang berfokus pada konsumen. Kepuasan konsumen ialah faktor yang sangat berperan untuk menentukan perkembangan pemasaran, berbeda dengan sebaliknya ketidak sesuaian harapan konsumen dapat menjadikan perusahaan mengalami penurunan diakibatkan oleh pemberian layanan yang tidak sesuai harapan. Kepuasan konsumen menurut Risda (2021) kepuasan konsumen

terlihat ketika membandingkan produk maupun jasa yang di terima sesuai yang di harapkan. Kepuasan konsumen di pandang untuk dapat dinilai dan dapat ditingkatkan sesuai ekspektasi konsumen, dengan ini konsumen tetap setia. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, kepuasan konsumen ialah bagian dari perasaan konsumen baik itu senang ataupun kecewa dari harapan dengan produk yang didapat. Penelitian konsumen untuk mengetahui perilaku konsumen dengan pelayanan yang didapat ditoko kosmetik requeena dengan tingkatan kepuasan yang berhubungan dalam pelayanan dapat terlihat dari fenomena yang dimiliki pada toko kosmetik Requeena dapat dilihat pada tabel 1.2.

**Tabel 1. 2**

**Fenomena kepuasan konsumen pada toko requeena Kabupaten Pasaman Barat**

| No               | PERNYATAAN  | N  | Persentase (%) |                |
|------------------|---|----|----------------|----------------|
|                  |   |    | Setuju         | Tidak Setuju   |
| 1                | Saya akan membeli produk kosmetik di toko requeena di masa mendatang  | 30 | 36,7 %         | 63,3 %         |
| 2                | Saya akan menyarankan orang lain untuk berbelanja di toko kosmetik requeena karena memiliki produk yang lengkap   | 30 | 33,3 %         | 66,7 %         |
| 3                | Setelah membeli produk kosmetik di toko requeena, maka saya tertarik untuk membeli kembali produknya selain terjangkau banyak promo yang diberikan di toko requeena | 30 | 40 %           | 60 %           |
| <b>Rata-rata</b> |   |    | <b>36,66 %</b> | <b>63,34 %</b> |

*Sumber : Survey awal kepuasan konsumen toko kosmetik requeena di Kabupaten Pasaman Barat (2021)*

Pada tabel 1.2 telah melakukan survey awal sebanyak 30 responden, maka penulis simpulkan bahwa kebanyakan jawaban responden pada item pertanyaan kepuasan konsumen toko kosmetik requeena di Kabupaten Pasaman Barat berada pada kategori tidak atau rata-rata jawaban responden dengan kategori tidak setuju adalah sebesar 63,34%. Hal ini dapat di interpretasikan bahwa kepuasan konsumen di toko kosmetik requeena Kabupaten Pasaman Barat memiliki peminat yang cukup rendah dibanding dengan toko kosmetik yang lainnya. Dengan demikian peneliti tertarik meneliti kepuasan konsumen sebagai fokus peneliti.

Menurut Arief (2020) kepuasan konsumen atau ketidakpuasan konsumen terlihat dari kesesuaian antara harapan (*expectation*) konsumen dengan persepsi, pelayanan yang diterima (kenyataan yang diterima). Perilaku konsumen berhubungan erat dengan keputusan pembelian ulang, dimana perilaku konsumen merupakan suatu proses yang dilakukan oleh konsumen untuk mendorong tindakan sebelum membeli hingga melakukan evaluasi produk atau jasa yang telah dikonsumsi. Kepuasan ini dapat diukur dengan berbagai cara dari waktu ke waktu yaitu pengalaman konsumen antara ekspektasi pelanggan (atau standar untuk ekspresi) dan pengalaman setelah penggunaan. Jika pengalaman konsumen positif setelah mengunjungi maka akan dipastikan yang diharapkan konsumen sesuai dengan ekspektasi, untuk itu pentingnya mengetahui pemahaman akan perilaku konsumen merupakan suatu kewajiban bagi pelaku usaha guna untuk memahami perilaku pembelian konsumen agar mereka dapat menawarkan produk lebih baik terhadap konsumen.

Harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang untuk

menyesuaikan fitur produk, saluran dan komunikasi serta memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Ariyanto dan Widiyanto, 2021). Bagi beberapa konsumen yang sensitif, harga produk yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini sungguh penting dan berkontribusi terhadap kepuasan yang relatif besar sehingga tidak sedikit konsumen sering membandingkan harga ketika memilih untuk memperoleh barang atau jasa yang ingin dimiliki, perilaku ini dapat berpengaruh untuk kepuasan yang akan diterima konsumen karena mendapatkan harga yang lebih murah sehingga muncul niat untuk berkunjung kembali.

Kualitas pelayanan menurut Daniel dan Asron (2020) dapat diartikan sebagai pengukuran tingkat kepuasan konsumen atas layanan yang diberikan oleh suatu badan usaha. Kualitas pelayanan merupakan bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang di tujukan melalui sikap dan bersifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen sehingga memenuhi harapan pelanggan.

Penelitian ini adalah pengembangan dari penelitian sebelumnya oleh Lindung Bulan (2017) yang berjudul pengaruh diversifikasi produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, dengan mengambil salah satu variabel X yaitu harga dan mengganti variable diversifikasi produk dengan X bebas lainnya yaitu variable

kualitas pelayanan yang di dukung oleh penelitian lainnya oleh Maslikhatul Aulia (2017) dengan memakai jurnal pendukung yang berjudul pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan variable Y kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko kosmetik Requeena di Kabupaten Pasaman Barat”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dapat diajukan dalam penelitian yaitu berikut ini :

1. Apakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada toko kosmetik requeena di Kabupaten Pasaman Barat ?
2. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko kosmetik requeena di Kabupaten Pasaman Barat ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah dikemukakan diatas sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada toko kosmetik requeena di Kabupaten Pasaman Barat.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko kosmetik requeena di Kabupaten Pasaman Barat.



#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah dan tujuan penelitian, diharapkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini memberikan manfaat berikut :

1. Bagi pelaku usaha, diharapkan memberi manfaat pada pelaku usaha sebagai acuan untuk mempertahankan kepuasan konsumen toko requeena dengan memperhatikan faktor harga dan kualitas pelayanan.
2. Akademisi, dengan adanya temuan dari hasil penelitian bisa dijadikan referensi atau dapat menjadi tambahan ilmu dan pengetahuan bagi peneliti dimasa mendatang dan juga yang tertarik untuk membahas permasalahan yang sama dengan penelitian.