

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia yang tidak terbatas semakin berkembang dari waktu ke waktu, kemajuan teknologi dan informasi telah membawa dampak besar bagi perubahan gaya hidup. Gaya hidup modern yang cenderung praktis menuntut orang melakukan pekerjaan dengan cara yang cepat serta mudah. Hal ini berlaku juga dalam hal pemilihan kosmetik bagi wanita yang selalu ingin menghias atau mempercantik diri yang diperoleh dengan proses yang cepat. Penampilan pada wanita begitu sangat penting. Menurut mereka kecantikan dan daya tarik fisik sangat penting bagi umat manusia. Karena dukungan sosial, popularitas, pemilihan teman hidup dan karir dipengaruhi daya tarik fisik seseorang. Kosmetik merupakan produk yang unik karena selain produk ini memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan sekaligus seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial dimata masyarakat (Ferrinadewi, 2005) Begitu banyaknya produk kosmetik yang ditawarkan dengan memberikan manfaat dalam penggunaan yang dibutuhkan oleh konsumen memacu semangat para produsen untuk meraih peluang bisnis yang ada sehingga dari peluang tersebut didapatkan keuntungan yang maksimal.

Dengan majunya teknologi dan peradaban, selera pasar konsumen semakin maju pula. Konsumen semakin hari semakin kritis. Mereka menuntut

kualitas, layanan, kecepatan, fleksibilitas dan harga bersaing. Sehingga pengusaha atau produsen dewasa ini cenderung lebih memperhatikan kepentingan konsumen dalam hal memasarkan produk yang dihasilkan guna menciptakan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan sasaran dari semua kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan sukses. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan membandingkan harapan konsumen terhadap produk atau jasa pendukungnya.

Untuk itu produsen selalu berusaha menghasilkan produk kosmetik yang berkualitas, sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu model pemasaran yang tepat, dimana pemasaran merupakan salah satu titik permulaan dari proses pertumbuhan suatu perusahaan. Salah satu alat pemasaran yang biasa digunakan oleh sebuah perusahaan yaitu berupa *promotional mix* yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, *public relation*, *personal selling* dan *direct marketing*.

Guna mencapai suatu kepuasan konsumen dalam memilih suatu produk maka seorang pengusaha atau produsen harus dapat memberikan kualitas terhadap suatu merknya. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi konsumen. Di mana merk sangat mempengaruhi fungsi-fungsi produksi dan keuangan sebuah perusahaan serta kegiatan-kegiatan pemasaran lainnya. Merk adalah nama, istilah, tanda, simbol/lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk

lainnya (Tjiptono Fandy, 1997:104). Pada dasarnya suatu merk juga merupakan janji penjual untuk secara konsisten menyampaikan serangkaian ciri-ciri, manfaat, dan jasa tertentu kepada para konsumen. Citra merk yang kuat memberikan sejumlah keunggulan, seperti posisi pasar yang lebih superior dibandingkan pesaing, kapabilitas unik yang sulit ditiru, loyalitas pelanggan dan pembelian ulang yang lebih besar, dan lain-lain. Keunggulan seperti inilah yang mendorong setiap perusahaan untuk berjuang keras dalam rangka mengelola merknya sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh posisi terbaik dalam benak konsumen.

Dengan memberikan merk produk kosmetik yang berkualitas yang memberikan ciri dan manfaat yang unik sangat berpengaruh terhadap minat konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Untuk itu produsen harus memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan oleh produk tersebut. Karena harga yang ditawarkan secara tidak langsung mempengaruhi konsumen untuk membeli. Produk kosmetik yang mempunyai merk dengan kualitas yang memiliki ciri dan manfaat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat dipastikan mempunyai hasil penjualan yang tinggi karena produk yang dihasilkan adalah benar-benar dibutuhkan konsumen, seperti halnya Pond's yang diproduksi oleh Unilever.

Unilever merupakan salah satu produsen kosmetik terbesar di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari hasil produksi yang banyak dan tersebar sampai pelosok pedesaan, salah satunya Pond's. Pond's merupakan produk kosmetik yang banyak disukai oleh para wanita (mahasiswa, pelajar, ibu

rumah tangga dan lain-lain) bahkan disukai juga oleh para pria karena merk, kualitas dan harga yang bersaing yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, selain itu konsumen dapat memperoleh Pond's dengan mudah.

Walaupun saat ini masih banyak produk-produk kosmetik yang sejenis. Yang ditujukan untuk melayani pasar yang heterogen dimana pasar mulai terpilah-pilah dengan selera yang berbeda-beda. Untuk itu produsen harus dapat membedakan produknya dengan pesaing dengan menyediakan kualitas yang unik untuk memenuhi kebutuhan konsumen untuk menjadi cantik sehingga kepuasan konsumen akan dapat tercapai.

Berdasarkan bentuk uraian diatas penulis mengangkat permasalahan dalam judul skripsi yaitu: **Analisis Pengaruh Merk, Kualitas Dan Harga Produk Kosmetik Pond's Terhadap Kepuasan Konsumen (Di Fakultas Ekonomi UMS).**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Adakah pengaruh merk, kualitas, dan harga produk kosmetik Pond's secara individual terhadap kepuasan konsumen?
2. Adakah pengaruh merk, kualitas, dan harga produk Pond's secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen?
3. Faktor manakah yang paling dominan pengaruhnya diantara ketiga faktor tersebut terhadap kepuasan konsumen?

C. Pembatasan Masalah

Ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada merk kosmetik Pond's yang banyak dikenal oleh masyarakat dengan kualitas kosmetik Pond's yang unik dan harga yang bersaing terhadap kepuasan konsumen kosmetik Pond's yang digunakan oleh mahasiswa fakultas ekonomi UMS.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh merk, kualitas dan harga produk kosmetik Pond's secara individual terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh merk, kualitas dan harga produk kosmetik Pond's secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui dari ketiga faktor tersebut mana yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain meliputi:

1. Manfaat Teoritis

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis antara lain:

- a. Sebagai tambahan teori yang telah ada sehubungan dengan masalah yang diteliti.
- b. Sebagai bahan untuk menambah wawasan kepastakaan, baik ditingkat fakultas maupun ditingkat universitas.
- c. Sebagai salah satu sumber untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat praktis antara lain:

- a. Memberikan gambaran tentang pengaruh merk, kualitas dan harga produk kosmetik Pond's terhadap kepuasan konsumen.
- b. Memberikan bukti empiris mengenai ada tidaknya pengaruh merk, kualitas dan harga produk kosmetik Pond's terhadap kepuasan konsumen.
- c. Memberikan masukan bagi manajer perusahaan dalam memperbaiki kualitas merknya dan memberikan harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan tentang pemasaran, perilaku konsumen, kepuasan konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menguraikan tentang kerangka pemikiran, hipotesis, populasi sampel dan teknik sampling, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Menguraikan tentang gambaran umum obyek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil analisis data.

BAB V PENUTUP

Menguraikan tentang kesimpulan dan saran.