

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi ini banyak terjadi persaingan dalam dunia bisnis. Para pembisnis perlu mengembangkan usaha dengan cara mencari investor dan melibat dunia perbankan untuk mendanai bisnis. Hal tersebut diupayakan karena berpeluang pada bisnis yang telah direncanakan. Persaingan antar merek setiap produk semakin ketat sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Agar dapat bertahan, maka produsen dituntut lebih memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen terutama pada bagaimana cara untuk mempertahankan kesetiaan konsumennya. Begitu pula dengan persaingan antar klinik kecantikan yang semakin banyak bermunculan. Perusahaan harus memperhatikan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen agar bisa memberikan kepuasan pada para konsumen.

Tingkat kepuasan konsumen dapat diartikan dengan kesesuaian antara apa yang dirasakan oleh konsumen dari pengalaman konsumsinya dengan apa yang diharapkannya. (Djunaedi, 2006). Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini berasal dari produk, pelayanan, dan sistem. Apabila pelanggan mengatakan nilai produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi jika pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Jika nilai bagi

pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh adalah benar-benar nyaman. Jika nilai dari pelanggan adalah harga yang murah maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif. 1

Perusahaan yang mampu memberikan produk yang berkualitas serta pelayanan yang memuaskan akan mempunyai nilai tambah bagi konsumen dengan sendirinya dibandingkan dengan para pesaingnya. Bahkan, konsumen yang loyal dan puas terhadap produk kita dengan sendirinya akan menjadi alat promosi yang ampuh dari mulut ke mulut. Konsumen juga akan melakukan pembelian yang berulang ketika konsumen merasa puas dengan produk tersebut. Beberapa keuntungan yang diperoleh dari konsumen adalah meningkatkan pembelian yang berulang, meningkatkan belanja konsumen, memberikan dampak arus kas perusahaan, dan menciptakan promosi (Swastha, 2006).

Banyak produk kecantikan dan perawatan dokter yang ditawarkan di pasaran, dengan berbagai macam merek dan salah satunya adalah produk Natasha skin care. Natasha Skin Care merupakan perawatan kecantikan kulit yang memadukan teknologi terkini dalam perawatan kulit dan tenaga profesional yang siap membantu mewujudkan impian kulit yang sehat dan terawat. Tersedianya dokter spesialis kecantikan untuk mendiagnosa jenis kulit yang dimiliki oleh konsumen. Natasha Skin Care yang berpusat di Yogyakarta ini, hanya dalam kurun waktu enam tahun saat ini sudah memiliki 37 cabang di 23 kota di Indonesia. Perusahaan kecantikan ini

membuka beberapa cabang di kota-kota besar seperti 3 tempat di wilayah D.I.Y, 2 tempat di wilayah Solo, Semarang, Salatiga, Klaten, Tegal, Purwokerto, Malang, Surabaya, Kediri, Denpasar, Madiun, Magelang, Mojokerto, Jember, dan Sragen.

Konsumen produk Natasha Skin Care terdiri dari berbagai macam usia, jenis kelamin, status sosial, maupun golongan. Sedangkan produk yang ditawarkan dari perawatan facial, perawatan tubuh, dan ada produk yang bisa dipakai di rumah untuk perawatan wajah tergantung dengan kondisi kulit konsumen.

Ada banyak produk perawatan kecantikan yang ditawarkan di pasaran, tetapi dalam hal ini konsumen pengguna produk Natasha Skin Care di kota Solo semakin banyak bila dilihat dari penuhnya pelanggan disana. Sehingga membuat penulis ingin meneliti apakah konsumen produk Natasha Skin Care merasa puas dengan produk yang mereka pakai sehingga konsumen cenderung loyal dalam menggunakan produk tersebut atau hanya sebatas menggunakan saja.

Penting bagi perusahaan untuk secara terus menerus memperhatikan atau mengamati perkembangan kepuasan terhadap konsumen. Kunci utama agar perusahaan mampu memenangkan persaingan pasar adalah menjadikan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama perusahaan yang harus dicapai.

Berdasarkan latar belakang tersebut, perlu dilaksanakan penelitian tentang **“Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Natasha Skin Care di Solo”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada produk Natasha Skin Care di Solo?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada produk Natasha Skin Care di Solo?
3. Bagaimana pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada produk Natasha Skin Care di Solo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada produk Natasha Skin Care di Solo.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada produk Natasha Skin Care di Solo.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada produk Natasha Skin Care di Solo.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu, terutama bidang ilmu Manajemen Pemasaran. Model yang digunakan dalam penelitian ini

diharapkan dapat memberikan struktur yang memadai dalam mengukur pengaruh kepuasan konsumen dan juga dapat dijadikan acuan untuk riset-riset mendatang.

2. Disamping itu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi organisasi dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan meningkatkan kepuasan konsumen khususnya pada industri produk kecantikan.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini diuraikan tentang landasan teori yang berkaitan dengan penelitian dan diuraikannya penelitian-penelitian terdahulu.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang kerangka pemikiran, hipotesis, definisi operasional, data dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian, dan metode analisis data.

**BAB IV : PEMBAHASAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang deskripsi penelitian dan data yang diolah.

**BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.