

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Wanita ingin tampil sempurna dan menarik setiap saat. Maka dari itu, salah satu cara yang digunakan untuk menunjang penampilan yang menarik adalah dengan produk kecantikan. Wanita sebagai konsumen utama dalam produk kecantikan memiliki keinginan pembeli yang tinggi. Dalam menggunakan produk kecantikan seringkali konsumen selalu menggunakan produk yang sesuai dengan kulit wajahnya. Perkembangan produk kosmetik sekarang bagi kaum wanita sangatlah pesat, hampir seluruh wanita kosmetik merupakan kebutuhan sehari-hari yang sering digunakan pada wanita. Hal tersebut sejalan dengan karakteristik wanita yang selalu ingin terlihat cantik dihadapan semua orang. Kosmetik digunakan luas baik untuk kecantikan. Proses perkembangan dunia usaha yang semakin pesat sekarang ini menyebabkan terjadinya persaingan pasar yang semakin ketat.

Kondisi persaingan industri kosmetik semakin meningkat, tetapi industri kosmetik memiliki prospek yang cerah dan memberikan peluang pasar yang cukup besar. Terbukti dengan semakin, tumbuh dan berkembang industri kosmetik seiring dengan peningkatan kebutuhan dan keinginan terhadap kecantikan diri serta perubahan gaya hidup masyarakat sekarang ini. Berkembangnya usaha bisnis kecantikan terutama produk kosmetik dapat dilihat dari banyaknya produk kosmetik dengan berbagai merek di Indonesia, contohnya produk lokal Wardah.

Wardah adalah salah satu kosmetik yang mengusung kosmetik “Halal” Wardah percaya bahwa citra positif, bisa meningkatkan kepercayaan diri wanita Indonesia untuk berkarya. Dengan perawatan dan kosmetik yang tepat, mereka bisa mendapatkan penampilan, karir, dan kehidupan yang lebih baik. Seluruh rangkaian wardah kosmetik dibuat dari bahan yang berkualitas dan terbukti aman serta halal. Wardah diformulasikan oleh ahli farmasi dan kecantikan yang menghadirkan produk dengan inovasi terkini. Seluruhnya

didedikasikan untuk wanita dari remaja hingga dewasa agar semakin percaya diri. Wardah terbuat dari bahan-bahan yang aman dan telah mendapat SJH (Sertifikat Jaminan Halal) dan LPPOM MUI serta seluruh produknya telah mendapat izin dan memenuhi pereaturan BP POM RI.

**Tabel 1.1**  
**Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap LipCream**  
**Kosmetik Brand Lokal**

<b>Lip Cream</b>		
<b>Merek</b>	<b>Harga</b>	<b>Rating</b>
Wardah	Rp. 59.000	4.3
Emina	Rp. 47.000	4.1
Mineral Botanica	Rp. 50.000	4.1
Purbasari	Rp. 45.000	3.9
Pixy	Rp. 45.000	3.9

Sumber: Hasil Olah Data Primer, (2021).

Berdasarkan Tabel diatas LipCream Wardah yang harganya 59.000 mendapat rating 4.3, Emina dengan harga 47.000 rating 4.1, selanjutnya Mineral Botanica dengan harga 50.000 rating 4.1, dan Purbasari dengan harga 45.000 rating 3.9 yang terakhir Pixy dengan harga 45.000 mendapat rating 3.9. Dari Penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa produk dari LipCream Wardah memiliki penilaian kepuasan konsumen (*Rating*) paling tinggi diantara brand Purbasari, Pixy, Emina, dan Mineral Botanica. Hal tersebut menunjukkan bahwa Lipcream Wardah banyak peminatnya yang memiliki rating paling tinggi yaitu 4.3 diantara produk brand lokal lainnya. Dengan adanya penilaian kepuasan konsumen sangat penting baik itu penilaian melalui situs kecantikan diinternet. Sangat berguna untuk melihat seberapa puas konsumen menggunakan LipCream Wardah tersebut, baik itu dari segi harga yang terjangkau, dan kualitas.

Kualitas produk mempunyai peranan yang penting bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan keseluruhan atribut yang melekat pada suatu produk, seperti dimensi kualitas produk menurut Gravin dikutip Fandy Tjiptono, Kinerja (*Performance*), Fitur (*Feature*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specification*), Ketahanan (*Durability*), Keandalan (*Realibility*), *Serviceability*, Estetika

(*Esthetica*), Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*). Kualitas produk akan berhubungan dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya sesuai dengan harapan konsumen.

Salah satu merek kosmetik lokal yang diproduksi oleh PT. Paragon Technology and Innovation mengeluarkan produk kosmetik dan perawatan wajah yaitu Wardah. Wardah memiliki konsep dengan packing yang simple dan warna yang menarik, Wardah sendiri mengeluarkan produk kosmetik dengan warna-warna yang nude atau natural sesuai karakter para remaja maupun orang dewasa, selain memproduksi kosmetik wardah sendiri juga memproduksi berbagai macam *skincare*.

**Tabel 1.2**  
**Data Penduduk RT 12 dan RT 48 Kelurahan 30 Ilir**

Nama Ketua RT	Kaharuddin S.E	Muslimin
Jabatan	Ketua RT 12 RW 04 Kelurahan 30 Ilir	Ketua RT 48 RW 05 Kelurahan 30 Ilir
Jumlah Penduduk	402 Orang	272 Orang
Jumlah Penduduk Laki- laki	211 Orang	134 Orang
Jumlah Penduduk Perempuan	191 Orang	138 Orang
Jumlah Kepala Keluarga	96 KK	77 KK
Jumlah Kematian Bulan Ini	0	0
Jumlah Penduduk Datang Bulan ini	0	0
Jumlah Penduduk Pindah Bulan ini	2	0

Sumber: Ketua RT 12 dan RT 48 Kelurahan 30 Ilir

Wardah sendiri memberikan kesan yang simple, elegant dan menarik. Kesan yang *simple* tersebut dapat dilihat dari kemasannya yang praktis mudah dibawa kemana saja. Bukan hanya kemasannya yang menarik, Wardah sendiri juga unggul dalam formulanya. Wardah telah banyak mengeluarkan produk berbagai macam kosmetik, perawatan wajah (*skincare*) dan make-up lainnya. Produk Wardah sendiri ini ditargetkan untuk kaum muda hingga dewasa, dengan formula ringan, namun warnanya tetap pigmented saat akan digunakan. Kosmetik Wardah ini mengandung nutrisi yang baik bagi kulit

seperti Vitamin C. Jadi aman digunakan setiap hari untuk remaja hingga dewasa. Produk Wardah lengkap, mulai dari BB Cream, Loose Powder, Foundation, Blush On, Eyeshadow, Mascara, Pensil alis, Concealer, Eyeliner dan Lip Cream dengan pilihan warna yang banyak mulai dari yang lembut hingga bold. Sehingga dapat melakukan hal-hal yang baru dengan makeup.



**Gambar 1.1**  
**Produk Kosmetik Wardah**

Sumber: Hasil Olah Data Primer, (2021).

Kepuasan pelanggan merupakan sebagai penentu peningkatan suatu *brand* itu sendiri, apabila pelanggan puas terhadap suatu produk hal tersebut akan membuat pelanggan mengingat *brand* atau merek. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler, 2007). Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis memberikan dasar yang baik

bagi pembelian ulang, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan itu sendiri.

Kemudian diperlukan juga pengukuran tingkat kepuasan konsumen, agar dapat mengetahui seberapa puas dalam menggunakan LipCream Wardah dikalangan masyarakat RT 12 dan RT 48.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Pengguna LipCream Wardah (Studi Kasus Masyarakat RT 12 dan RT 48 Kelurahan 30 Ilir)**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan pokok permasalahan yang akan dibahas yaitu:

1. Bagaimana Tingkat Kepuasan Masyarakat RT 12 dan RT 48 Pengguna LipCream Wardah?
2. Dimensi Kualitas produk manakah yang paling banyak diminati di masyarakat RT 12 dan RT 48?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Dalam pembahasan laporan akhir ini, ruang lingkup yang penulis bahas disini yaitu Tingkat Kepuasan Konsumen Pengguna LipCream Wardah dan Dimensi Kualitas produk mana yang paling banyak diminati (Studi Kasus Masyarakat RT 12 dan RT 48 Kelurahan 30 ilir).

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan**

Adapun tujuan dari penulisan laporan ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna LipCream Wardah pada Masyarakat RT 12 RW dan RT 48 Kelurahan 30 Ilir.
2. Untuk mengetahui alasan paling banyak yang menggunakan produk Lipcream Wardah.

### **1.4.2 Manfaat**

Adapun manfaat dari penulisan laporan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru pada penulis melalui pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian tersebut, serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Laporan ini dapat memberikan informasi yang berguna dan menjadi bahan masukan atau saran bagi perusahaan.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sumber referensi bagi yang membacanya.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis akan melakukan penelitian pada Masyarakat di RT 12 yang beralamat di Jalan Kirangga Wirasantika Lr. Khamidin, dan Masyarakat RT 48 di Lr. Sukadamai Palembang sebagai pengguna LipCream Wardah dari PT Paragon Technology and Innovation.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Menurut Yusi dan Idris (2009:103) , adapun jenis data berdasarkan cara memperolehnya yaitu :

1. Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data Sekunder biasanya dikumpulkan oleh

lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Adapun data sekunder yang diperoleh seperti, sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan uraian pekerjaan dan lain sebagainya.

### 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam laporan akhir ini menggunakan teknik sebagai berikut:

#### 1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Riset Lapangan yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mengumpulkan data melalui penelitian secara langsung. Cara pengumpulan data yang digunakan yaitu:

##### a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

Menurut Hadi dalam Sugiyono (2008: 194) mengemukakan bahwa anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode wawancara dan kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Bahwa responden adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
2. Bahwa apa yang dinyatakan oleh subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
3. Bahwa interpretasi subjek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada (Syofian Siregar, 2013:21).

2. Studi Kepustakaan

Riset kepustakaan merupakan cara pengambilan data dengan cara mencari buku-buku, teori-teori, dan hukum-hukum dari para ahli yang berkenaan dengan topik penelitian.

Subagyo (2006:109) menjelaskan bahwa penelaahan kepustakaan dimaksudkan untuk mendapatkan informasi secara lengkap serta untuk menentukan tindakan yang akan diambil sebagai langkah penting dalam kegiatan ilmiah. Dalam hal ini penulis mengambil bahan-bahan penulisan dari sumber-sumber referensi yang ada diperpustakaan.

#### **1.5.4 Populasi Dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2008:115-116) pengertian populasi dan sampel sebagai berikut:

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan Lipcream Wardah.

**Tabel 1.3**  
**Data Masyarakat RT 12 dan RT 48 Kelurahan 30 Ilir**  
**Pengguna LipCream Wardah**

No.	Penduduk Perempuan	Jumlah Pengguna
1.	RT 12	28
2	RT 48	22
	<b>Total</b>	<b>50</b>

Sumber: Hasil Olah Data Primer, (2021)

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi, untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Jumlah ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari populasi jumlah masyarakat perempuan RT 12 dan RT 48 Kelurahan 30 Ilir. Data pengguna LipCream yang diambil yaitu sebanyak 102 orang, setelah melakukan perhitungan data yang dibutuhkan yaitu sebanyak 50 pengguna. Menentukan ukuran sampel dengan menggunakan teknik slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana:

N = Populasi

n = Sampel

e = perkiraan tingkat kesalahan

perhitungan sample adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{102}{1 + 102 (0,1)^2} = 50 \text{ sampel}$$

### 1.5.5 Analisis Data

Analisis data yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Analisis Kualitatif

Data Kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Namun karena dalam statistic semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar formulasi statistic dapat dipergunakan.

#### 2. Analisis Kuantitatif

Data diperoleh dengan mengukur nilai satu atau lebih variable dalam sampel (atau populasi). Semua data, yang pada gilirannya merupakan variable yang akan diukur dapat diklasifikasikan menjadi data kuantitatif dan data kualitatif. Untuk mengelola data kuantitatif, penulis menggunakan perhitungan secara persentase yang digunakan untuk menghitung perentasi jawaban. Menurut Yusi dan Idris (2016:7), rumus persentase dan criteria interprestasi skor sebagai berikut:

$$IS = \frac{\sum skor Penelitian}{\sum skor Ideal} \times 100\%$$

**Keterangan:**

IS : Interprestasi Skor

Skor Penilaian : Jawaban Responden x Bobot Nilai (1-5)

Skor ideal : Skala nilai tertinggi x Jumlah Responden

Selain itu juga penulis menggunakan skala likert untuk digunakan dalam kuisisioner nantinya. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Riduwan dan Akdon, 2008:16). Di dalam skala likert terdapat 5 alternatif

jawaban yang dapat dipilih oleh responden atau setiap pertanyaan dan pernyataan yang ada untuk tiap variabelnya, yang telah diskalakan dengan skor 1-5. Berikut ini adalah tingkatan tabel skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Skala Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen**

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan, (2010:39)

Hasil perhitungan persentase jawaban responden tersebut kemudian akan diinterpretasikan berdasarkan criteria interpretasi skor/angka yang telah ditentukan seperti dalam table berikut:

**Tabel 1.5**  
**Interprestasi Skor/Angka**

No.	Skor/Angka	Keterangan
1.	0%-20%	Sangat Tidak Puas
2.	21%-40%	Tidak Puas
3.	41%-60%	Cukup Puas
4.	61%-80%	Puas
5.	81%-100%	Sangat Puas

Sumber: (Riduwan dan Akdon, 2013)