BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kita selalu menjumpai berbagai macam jenis kosmetik yang bisa digunakan oleh kalangan wanita maupun pria. Penggunaan kosmetik ditujukan untuk mempercantik tampilan wajah mereka di tempat umum. Selain itu kosmetik bisa digunakan untuk merawat kulit wajah yang memakainya dan mayoritas pengguna produk Wardah adalah wanita muslimah. Beragam produk kecantikan berkompetisi untuk memperoleh tanggapan positif dari para konsumen terhadap produk kosmetik mereka.

Produk yang diharapkan konsumen merupakan produk yang konsumen butuhkan, memberikan khasiat serta menghasilkan kepuasan paling tinggi untuk masing-masing orang. Perihal ini nampak dari banyaknya kandungan kosmetik yang semakin berkualitas. Dari beberapa produk atau brand yang banyak kita temui di gerai penjualan kosmetik wardah merupakan produk yang mengedepankan prinsip islami atau halal tanpa bahan-bahan yang dilarang dalam agama. Terlebih produk wardah ini sudah dilengkapi dengan sertifikat halal dari MUI.

Wardah merupakan sebuah brand produk yang digunakan untuk mempercantik setiap wanita Indonesia maupun manca negara yang memiliki kualitas tinggi, aman, halal serta wardah pun memproduksi ragam kosmetik untuk bermacam jenis kulit. Berikut beberapa produk wardah yaitu: Wardah Perfect Bright Lightening Moisturizer, Lightening Face Toner , Lightening Face Serum, Lightening Milk Cleanser, Lightening Face Mask, Luminous Face Powder, Wardah Exclusive

UBP KARAWANG

Liquid Foundation, Exclusive Matte Lip Cream, Eye Shadow, White Secret Exfoliating Scrub.

Merek kosmetik Wardah mampu mengalahkan sebagian pesaingnya, perihal ini wardah merupakan produk yang teruji bahannya hal ini dapat dibuktikan dari penghargaan yang diperoleh dengan nominasi *top brand award* 2015 yang diberikan untuk sebagian jenis produk merek Wardah.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang paling penting untuk memastikan sebuah produk dapat memberikan sebuah kepuasan positif atau memuaskan kepada konsumen yang menggunakan produk yang mereka pilih. Oleh karenanya, perusahaan harus terus mengembangkan produknya sehingga sesuai dengan keinginan pasar. Yamit (2013) mengungkap kepuasaan konsumen yakni ketika seorang konsumen membeli ulang produk yang telah ia beli sebelumnya dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan tertentu. Menurut Hendroyono (2014) Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sebuah respon yang menjadi bahan evaluasi dari sebuah produk yang dibeli setelah pemakaian yang dilakukan oleh konsumen. Menurut Sangadji (2013) Kepuasan konsumen yakni ketika individu merasakan khasiat sebuah produk dengan perasaan senang dan bahagia atas perubahan yang dialami oleh konsumen hal ini menjadi perbandingan antaran kesan atas produk aktual dan kinerja produk yang diharapkan.

Konsumen menjadikan brand sebagai pertimbangan berarti jika ingin membeli sebuah produk. Pertimbangan ini didasari oleh beberapa aspek, yakni: rasional, finansial, ataupun emosional. Dari sudut pandang rasional, konsumen yakin jika sebuah brand dapat memberikan manfaat bagi pemakainya sesuai dengan apa yang konsumen

harapkan, secara emosional brand tersebut dapat menjaga ataupun meningkatkan citra serta gengsi penggunanya (Ristiawan, 2015). Produk yang memiliki mutu besar hendak jadi incaran konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Seorang konsumen dikatakan memiliki sebuah kepuasan atas brand suatu produk maka mereka akan terdorong dengan sendirinya untuk membeli produk tersebut secara berulang. Hal ini dikarenakan kualitas atas produk tersebut dapat memuaskan keinginan serta harapan bagi para konsumen.

Kualitas adalah persepsi dari hasil yang baik dan bisa dirasakan oleh konsumen ataupun perusahaan. Produk yang memiliki kualitas akan memiliki banyak peminat sehingga penjual dari perusahaan dapat meningkat. Tjiptono (2013) mengatakan bahwa kualitas produk meliputi cara untuk dapat memberikan harapan konsumen sebagai pembeli produk. Kualitas inilah yang menjadi sangat penting untuk konsumen. Prawirosentono (2012) Kualitas produk merupakan suatu yang penting untuk tetap dijaga dan senantiasa ditingkatkan untuk menjaga reputasi produk tetap baik.

Sebagian individu menyukai produk kosmetik yang memiliki kualitas yang baik dengan harga terjangkau murah, selain itu konsumen pun mau untuk membeli produk kosmetik dengan harga yang sangat mahal dengan kualitas yang lebih baik pula. Dalam perkembangannya zaman banyak para penjual yang menyediakan kosmetik yang memiliki kualitas bagus dengan harga yang dapat dikatakan mudah dijangkau oleh para konsumen. Selain itu pun terdapat pula penjual yang memberikan kualitas dengan harga yang mahal pula.

Persaingan dalam hal kualitas produk menjadi hal yang utama khususnya bagi para penjual produk kosmetik mereka senantiasa menyediakan produk dengan kualitas

unggulan yang dapat diminati, disukai dan diterima oleh para konsumen. Sehingga konsumen yang sudah tertarik dan menyukai produk tersebut akan membelinya terus berulang kali.

Uraian diatas dibuktikan dengan hasil riset yang sudah dikerjakan oleh Yusak dan Maria (2013) ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan kualitas produk *king cake*. Adapun penelitian lain dari Windarti dan Mariaty (2017) ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu. Selanjutnya penelitian dari Alvin dan Amirudin (2020) ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap konsumen, kualitas produk, dan harga yang cukup terjangkau café kabalu.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 10 Mei 2021 oleh peneliti terhadap 9 responden di Kota Karawang yang menggunakan produk Wardah, 6 responden merasa puas dengan produk wardah karena kualitasnya dapat dijamin dan sudah membuktikan harapan konsumen terhadap produk Wardah dan membuat konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk. Sedangkan 3 di antara konsumen yang merasa kualitas pada produk Wardah tidak sesuai dengan harapan karena menimbulkan beberapa permasalahan pada wajah individu tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah disebut, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti judul “pengaruh kualitas produk wardah terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Karawang”.

B. Rumusan Masalah

Didasari atas pemaparan dari fenomena, kemudian rumusan masalah yang didapat yaitu apakah ada pengaruh kualitas produk wardah terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Karawang?

C. Tujuan Penelitian

Dilandasi rumusan masalah diatas, penelitian yang akan dilakukan ini memiliki tujuan yakni mengetahui pengaruh kualitas produk wardah terhadap kepuasan konsumen di Kabupaten Karawang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat dipergunakan baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Menjadi penelitian dibidang psikologi konsumen khususnya mengenai pembahasan terkait kualitas produk dan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan

Menjadi sumber informasi terkait pentingnya sebuah kualitas produk untuk menjadi sebuah daya tarik bagi konsumen dan senantiasa selalu mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk sehingga pencapaian atas sebuah kepuasan konsumen dapat terpenuhi.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu acuan sebagai sumber referensi khususnya dalam penelitian yang berhubungan dengan kualitas produk dan kepuasan konsumen.