

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Keindahan wanita sangat identik serta melekat bagi kaum wanita. Memiliki paras yang cantik dan dilihat oleh semua orang adalah impian semua wanita maka dari itu setiap wanita menjadikan kosmetik sebagai penunjang penampilan mereka. Seiring dengan perkembangannya zaman, industri kecantikan di dunia berkembang pesat, kebutuhan kosmetik untuk para wanita semakin meningkat dan mengakibatkan industri kecantikan mengalami pertumbuhan dan persaingan yang tinggi. Khususnya di Indonesia, berbagai macam merek produk kecantikan bermunculan, mulai dari perawatan wajah hingga kosmetik dengan keunggulan yang berbeda – beda satu dengan yang lain, berbagai pilihan variasi hingga warna – warna yang memikat. Produk kecantikan ini di produksi dari brand lokal maupun brand luar negeri. Produk kecantikan ini banyak beredar di pasaran dan membuat produk sangat mudah untuk dicari dan dikonsumsi oleh para konsumen.

Kecantikan pada wanita adalah hal yang tidak dapat dipisahkan. Penggunaan kosmetik sebelum melakukan aktivitas sehari – hari telah menjadi kebiasaan para wanita. Bahkan beberapa wanita menjadikan kecantikan ini sebagai sebuah profesi seperti *make up artist*/jasa make up untuk acara ulang tahun, wisuda dan pernikahan.

Kosmetik menjadi kebutuhan penting dan paling dicari oleh wanita, maka dari itu banyak oknum – oknum yang melakukan kecurangan pada kosmetik yaitu dengan mencampurkan bahan kimia jenis merkuri pada kosmetik. Sedangkan merkuri banyak dimanfaatkan sebagian bahan pemutih. Bahan kimia merkuri ini sangat berbahaya bila digunakan di kulit terutama wajah. Dampaknya jika diaplikasikan pada kulit adalah membuat lapisan kulit menipis dan jika menggunakan terus menerus akan menyebabkan kerusakan saluran pencernaan, saraf dan ginjal serta dapat mengganggu jantung, otak serta paru – paru hingga merusak system kekebalan tubuh maka dari itu banyak para wanita yang membicarakan dan semakin

memperhatikan kualitas suatu produk kecantikan berdasarkan *ingredients* produk yang akan digunakan supaya cocok dengan tipe wajah mereka.

Dengan adanya fenomena ini, persaingan di industri kecantikan semakin ketat. Membuat setiap perusahaan harus memikirkan strategi – strategi baru yang harus dilakukan untuk memasarkan dan menjual produk mereka dengan bahan – bahan yang aman untuk kulit wajah. Peneliti hendak mengamati adakah hubungan yang mempengaruhi kualitas produk dan harga pada kepuasan konsumen yang akan berdampak pada *word of mouth* yang positif pada produk kecantikan Emina. Perusahaan kosmetik dituntut untuk harus meneliti serta memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

Adanya peningkatan secara terus menerus dalam penjualan kosmetik di Indonesia, terdapat sekitar 760 perusahaan besar maupun kecil yang berhasil meningkatkan pasar industri di Indonesia, yang produknya berasal dari luar negeri maupun produk lokal. Diambil dari data Kementerian Perindustrian tahun 2018 perkembangan pasar industri menunjukkan angka 95% pada industri kosmetik dari sekotir kecil, menengah dan skala besar.

Adanya persaingan di industri kecantikan yang ketat, sehingga para pemasar saling berlomba untuk menyediakan produk dengan kualitas bagus dengan tujuan diterima dan disenangi oleh para konsumen, sehingga mendapatkan respon yang baik setelah mencoba produk. Perusahaan kosmetik ternama di Indonesia yaitu PT. Paragon Technology and Innovation. Perusahaan ini meluncurkan brand kecantikan Emina. Emina merupakan brand kosmetik buatan lokal yang tengah naik dan dalam proses menuju pasar global. Emina menyediakan berbagai macam varian kosmetik dengan warna – warna yang modern dan sesuai dengan warna kulit orang Indonesia seperti *lipstick*, *BB cream*, *loose powder*, *blush on*, *eyeshadow* dan ada juga *skin care* yang dikhususkan untuk jenis – jenis kulit para remaja seperti *lip care*, *sun screen*, *moisturizer* serta didesain dengan kemasan *girly* dan praktis, sangat cocok untuk para remaja yang baru mulai belajar *make up*. Emina melakukan strategi pemasaran yang bagus seperti lewat iklan youtube, Instagram dan promo di berbagai *e-commerce*. Kualitas produk yang baik adalah satu ciri keberhasilan produsen dalam menghasilkan suatu produk.

Jika menggunakan satu produk, kepuasan konsumen ditentukan oleh reaksi konsumen pada kualitas produk dalam memenuhi ekspektasi pelanggan. Kepuasan konsumen akan tercipta jika produk bisa sampai atau melampaui ekspektasi konsumen. Dalam memilih produk kecantikan, para konsumen harus pintar memilih produk yang akan digunakan serta cocok dengan jenis kulitnya. Kualitas produk menjadi peran utama saat konsumen menggunakan produk karena akan mempengaruhi kepuasan konsumen pada produk tersebut. Oleh karena itu, emina selalu mengedepankan kualitas produknya. Selain kualitas produk harus bagus, harga yang sepadan untuk sebuah produk serta terjangkau juga dapat menciptakan kepuasan konsumen yang positif.

Ngadiman (2008: 282), menjelaskan bahwa harga yang tepat yaitu sesuai dengan kualitas suatu produk sehingga harga dapat memberikan suatu kepuasan pada konsumen. Oleh sebab itu, diperlukan adanya kesesuaian kualitas produk dengan harga sehingga kepuasan konsumen bisa didapatkan.

WOM sangat berperan penting dalam membangun sudut pandang positif bagi produk Emina. Sudut pandang positif ini akan bermanfaat dalam strategi marketing supaya produk tetap eksis dikalangan konsumen dan penjualan yang meningkat pada produk Emina. Penggunaan strategi *word of mouth* sebagai promosi juga sangatlah bagus bagi Emina, *word of mouth* bisa didapat dari seseorang yang merasa puas pada suatu produk sehingga mendorong orang lain untuk memilih produk yang sama, dan mendorong teman serta kerabat untuk menggunakan produk Emina. Strategi *word of mouth* melibatkan masyarakat yang puas untuk merangsang atau mengajak orang lain dalam rangka memaksimalkan kesadaran akan produk sehingga dapat menghasilkan penjualan,

Tabel 1.1 Brand Kosmetik Lokal Terbaik

NO	Kosmetik Lokal
1.	Emina
2.	Wardah
3.	Make Over
4.	Moko – Moko
5.	Rollover Reaction
6.	Purbasari
7.	By Lizzie Parra (BLP Beauty)
8.	Mustika Ratu
9.	Goban Cosmetics
10.	Esqa Cosmetics

Sumber : Tokopedia.com (2020)

Dari tabel diatas, menunjukan Emina adalah salah satu brand kosmetik dengan penjualan terbaik dari sumber Tokopedia.com yang menunjukan produk ini diminati banyak masyarakat Indonesia. Hal ini dikarenakan kualitas Emina yang bagus serta harga yang terjangkau membuat produk Emina digemari dan dapat diraih oleh berbagai kalangan khususnya para remaja yang masih sekolah.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat dan meneliti hal yang dapat perbaiki dan ditingkatkan lebih dari biasanya dari produk kecantikan Emina seperti yang dikatakan Sekaran (2003) bahwa definisi masalah dapat berkaitan dengan situasi yang mungkin tidak menimbulkan masalah saat ini, tetapi peneliti merasa memiliki ruang untuk perbaikan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dilihat dari penjelasan diatas, dapat dapat dikemukakan rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap *word of mouth* pada brand kecantikan Emina?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap *word of mouth* pada brand kecantikan Emina?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada brand kecantikan Emina?
4. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada brand kecantikan Emina?
5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap *word of mouth* pada brand kecantikan Emina?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Setelah menetapkan rumusan masalah yang digunakan oleh penulis, maka penelitian ini memiliki tujuan seperti berikut :

1. Supaya bisa memahami pengaruh kualitas produk terhadap *word of mouth* pada brand kecantikan Emina.
2. Supaya bisa memahami pengaruh harga terhadap *word of mouth* pada brand kecantikan Emina.
3. Supaya bisa memahami pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada brand kecantikan Emina.
4. Supaya bisa memahami pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada brand kecantikan Emina.
5. Supaya bisa memahami pengaruh kepuasan konsumen terhadap *word of mouth* pada brand kecantikan Emina.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Pengamatan ini menyampaikan beberapa kegunaan seperti berikut:

1. Bagi peneliti

Diharapkan hasil penelitian dapat berguna sebagai sarana dalam menggunakan pengetahuan ekonomi terutama pada bidang Manajemen Pemasaran yang telah dipelajari semasa perkuliahan.

2. Bagi pihak perusahaan Emina

Diharapkan penelitian ini bisa membantu perusahaan dengan wawasan yang dihasilkan penelitian ini yaitu untuk memahami apakah program yang telah dijalankan sudah berjalan telah berjalan sesuai dengan harapan serta menerapkan strategi yang lebih berguna untuk kedepannya dalam meningkatkan kepuasan konsumen, dan juga memberikan wawasan tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen emina dengan mediasi WOM.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini diinginkan bisa meluas wawasan baru dan sebagai referensi supaya membantu para akademisi yang akan melakukan penelitian khususnya dalam lingkup Universitas Pembangunan Jaya.



