

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Saat ini kecantikan merupakan hal yang penting bagi wanita. Banyak wanita merasa lebih percaya diri apabila memiliki kecantikan seperti kulit yang sehat, mulus, cerah dan bersih. Keinginan seperti ini menjadi fenomena di Indonesia khususnya kalangan wanita. Untuk mendapatkan hal-hal tersebut para wanita berusaha dengan melakukan perawatan kulit. Salah satu tempat perawatan kulit yang sedang banyak dikunjungi saat ini adalah klinik dermatologis atau yang biasa disebut skin care. Skin care adalah klinik yang menawarkan perawatan kulit bagi konsumen yang memiliki permasalahan dengan kulit terutama kulit wajahnya.

Perkembangan industri kecantikan saat ini sangat pesat. Hampir semua negara maju dan berkembang mengikuti perkembangan industri skin care dan kosmetik sebagai peluang yang menjanjikan bagi perusahaan. Indonesia sebagai negara berkembang juga memiliki potensi tinggi untuk pasar industri kosmetik dan skin Care.

Pasar potensial untuk produk perawatan kulit yang dikutip dari media Indonesia.com, berdasarkan data yang dilansir *Euromonitor International*, bertajuk *The Future of Skin care*, Indonesia dianggap akan menjadi penyumbang terbesar kedua untuk pertumbuhan perawatan kulit di dunia. Menggantikan Amerika Serikat yang berada di posisi ketiga. Prediksi meningkatnya perkembangan industri skin care di Indonesia salah satunya didukung oleh

pernyataan Irina Barbelova selaku Global Head of Beauty and Personal Care Research Euromonitor International yang mengatakan, bahwa dari seluruh segmen pasar kecantikan, secara global, rata-rata orang akan menghabiskan US\$ 15 pertahun untuk skin care. Dan 33% dari total pendapatan pasar kecantikan pada tahun 2019 disumbang dari pasar skin care.

Brand kosmetik lokal masih mendominasi pasar Indonesia, sedangkan sabun wajah menjadi produk yang paling banyak digunakan oleh perempuan, begitu menurut Sigma Research. Pasar kosmetik Indonesia mempunyai peluang yang cukup bagus dengan ditunjukkannya data dengan presentase untuk produk lokal yang sangat besar. Peluang untuk menjadi pengusaha pasar di negeri sendiri pun menjadi peluang yang harus dipertahankan.

Peningkatan-peningkatan tersebut tentunya berkat peran perempuan yang tertuntut zaman untuk bergerak aktif di dunia kerja. Hal seperti ini tentunya disambut baik para pengusaha brand kosmetik dan skincare di Indonesia.

Berdasarkan yang dikutip dari wikipedia, pond's Cream ditemukan di Amerika Serikat sebagai obat paten dari Utica, New York pada tahun 1846. Apoteker Amerika bernama Theron T. Ponds menemukan 'Golden Treasure' - teh penyembuh yang diekstrak dari witch hazel, yang dapat menguatkan kulit di bawah permukaan, membantu memperbaiki luka kecil dan lainnya. Segera setelah itu, produk itu menjadi sangat populer dengan nama Pond's Extract. Ini adalah cikal banal merek perawatan kulit pertama di dunia, dan sejarah terobosan perawatan kulit yang unik yang didedikasikan untuk membantu wanita menjaga

kulit mereka lebih kuat dari dalam, sehingga bisa terlihat lebih lembut dan lebih indah di bagian luar.

Pond's akan terus menggunakan keahlian mereka untuk berinovasi dan menciptakan perawatan kulit revolusioner yang membuat kulit tetap kuat dan lembut dalam menghadapi lingkungan yang terus berubah, semakin beracun dan gaya hidup yang penuh stress. Selalu berusaha memberdayakan perempuan dan laki-laki dengan kekuatan untuk bersikap lembut, dan kepercayaan diri untuk terus memberi dampak positif di dunia sekitar mereka. Sekarang dengan berbagai solusi yang diformulasikan secara khusus untuk berbagai etnis, usia, lingkungan dan gaya hidup, dan sekarang juga untuk Pria, Pond's adalah pemimpin perawatan kulit hampir di seluruh dunia. Berikut merupakan Brand Recommendation level Ponds memiliki peringkat tertinggi dari produk lain:



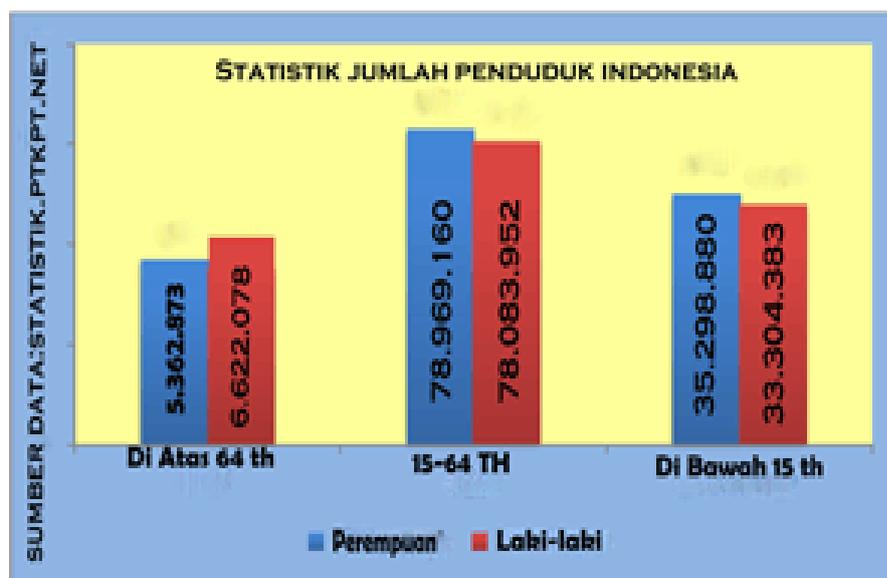
**Gambar 1.1 Brand Recommendation Level Ponds**

Sumber: PT. Uniliver Indonesia, 2017

Perempuan Indonesia selalu ingin tampil prima 100% setiap harinya, meskipun di tengah berbagai keterbatasan, diantaranya keterbatasan waktu.

Menjawab kebutuhan tersebut, POND'S menghadirkan inovasi formula terbaru dari POND'S Instabright Tone Up Cream yang memberikan tampilan 100% cerah natural seketika dengan 0% make-up.

POND'S terus berinovasi untuk menjawab kebutuhan perempuan Indonesia. Dengan kesibukan yang dihadapi perempuan setiap harinya, kami meluncurkan formula terbaru POND'S Instabright Tone Up Cream dengan Pink Cream, Vitamin B3+, Milk Essence, Glutaboost Essence, dan UV Filter. Satu produk yang cocok digunakan oleh semua warna kulit perempuan Indonesia untuk tampilan cerah natural seketika.



**Gambar 1.2 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Jenis Kelamin**

Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

Indonesia memiliki penduduk wanita usia produktif lebih banyak daripada pria. Jelas sangat dibutuhkan untuk wanita untuk merawat wajahnya di usia produktif. Ponds yang sudah teruji cocok dengan semua warna kulit perempuan

Indonesia, sehingga memberikan hasil yang membaaur dan tidak menimbulkan white cast (warna kulit tidak merata) sangat cocok untuk wanita di Indonesia.

Pond's memahami bahwa wanita selalu merasa berkepentingan dengan kulit yang indah. Sebagai perusahaan terkemuka dan terbesar dalam bidang produk perawatan wajah.

Di Pond's, kami percaya bahwa butuh kekuatan besar untuk menjadi lembut. Seiring dunia berubah menjadi lebih keras, kekuatan batin seorang wanita dan kelembutan di luar menjadi pengaruh kuat yang berharga. Hal ini juga berlaku untuk kulit kita. Kulit kita perlu tetap kuat jauh di dalam, sehingga kelembutan dan keindahannya dapat terpancar di luar. Karena itulah sejak 1846, Pond's telah mengembangkan solusi perawatan wajah yang sesuai dengan filosofi ini. Oleh tangan para ahli di The Pond's Institute, solusi ini diformulasikan secara khusus untuk kebutuhan perawatan kulit Anda yang terus berkembang di berbagai tahap kehidupan, serta perubahan gaya hidup dan lingkungan.

Dengan inovasi kategori pertama; Conjugated Linoleic Acid (CLA) untuk anti penuaan dan VAO-B3 untuk mencerahkan kulit salah satunya, Pond's berdedikasi untuk menjadikan kulit Anda kulit terbaik yang pernah anda milikki-selalu kuat di dalam, indah dan lembut di luar. Kami percaya bahwa semakin baik Anda memahaminya, kulit Anda akan semakin indah.

Ditengah persaingan industri kosmetik yang kuat POND'S harus dapat membuat produk yang baik dan membuat konsumen tetap membeli produknya atau mempertahankan loyalitas dari konsumennya. Loyalitas konsumen akan membuat konsumen berkomitmen terhadap suatu *brand*, toko, atau pun reseller

dengan memberi dampak yang positif untuk melakukan pembelian dalam jangka yang panjang (Tjiptono: 2004:110). Hal tersebut harus dilakukan agar perusahaan dapat membuat konsumen loyal dan membuat perusahaan bisa bertahan untuk waktu yang lama. Dalam R. Sugiarsih (2019), konsumen yang loyal tidak hanya melakukan pembelian berulang, akan tetapi mempertahankan sikap positif dan akan merekomendasikan kepada pelanggan lain.

Menurut Griffin (2002) dalam Nurullaili dan Andi Wijayanto (2013), loyalitas dapat mengacu perilaku menjadi dasar pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa perusahaan yang dipilih. Loyalitas konsumen memiliki peran penting untuk sebuah perusahaan, dengan mempertahankan loyalitas dari konsumen berarti dapat meningkatkan kinerja keuangan dan kinerja kelangsungan hidup perusahaan. Loyalitas pelanggan termasuk aset yang berharga bagi perusahaan, karena dengan adanya pelanggan yang loyal mereka akan memiliki komitmen terhadap merek yang kemudian dapat mendatangkan profit untuk perusahaan (SB. Handayani (2015) dalam Arin Anjani (2017)).

Menurut Alter (2007) dalam ImamSantoso (2016) disebutkan, bahwa harga menjadi nilai agregat dari semua hal yang diberikan produsen terhadap pelanggan dalam mendapatkan keuntungan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Faktor harga merupakan salah satu faktor mempengaruhi loyalitas pelanggan. Tjiptono (2008:153) dalam R. Sugiarsih (2019) disebutkan, bahwa harga ditetapkan agar mencegah pesaing masuk, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang dan lainnya.

Kualitas produk akan menentukan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk, karena konsumen akan datang kembali mereka merasa produk yang mereka pakai mempunyai kualitas yang baik. Kualitas produk adalah tital fitur dari karakter sebuah produk yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan, baik secara verbal atau bukan. (Kotler dan Keller, 2009: 143).

Dalam bisnis, pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan atau organisasi dari kegiatan aktivitasnya seperti penjualan produk dan/atau jasa kepada pelanggan. Bagi pemerintah seperti pendapatan melalui penerimaan atau pungutan pajak. Bagi investor, pendapatan kurang penting dibanding keuntungan, yang merupakan jumlah uang yang diterima setelah dikurangi pengeluaran.

Fenomena tentang adanya perkembangan industri komestik dan skin care yang semakin meningkat di Indonesia ini membuat penulis mempunyai keinginan untuk menulis penelitian ini. Berdasarkan hal inilah, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pendapatan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen PONDS di Kota Tasikmalaya)**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi harga, kualitas produk, pendapatan, dan loyalitas pelanggan PONDS di Kota Tasikmalaya?

2. Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, dan pendapatan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PONDS di Kota Tasikmalaya?
3. Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, dan pendapatan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan PONDS di Kota Tasikmalaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui kondisi harga, kualitas produk, pendapatan, dan loyalitas pelanggan PONDS di Kota Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan pendapatan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PONDS di Kota Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan pendapatan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan PONDS di Kota Tasikmalaya.

### **1.4 Kegunaan hasil penelitian**

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam melihat realita serta mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari. Khususnya, tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan pendapatan terhadap loyalitas pelanggan yang diteliti.

## 2. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai rujukan dan informasi dalam melakukan penelitian lanjutan terhadap loyalitas pelanggan. Sebagai kontribusi positif untuk pengembangan dan kemajuan wawasan keilmuan pada masa yang akan datang.

## 3. Bagi pelaku usaha/perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak-pihak terkait, khususnya bagi perusahaan kosmetik dan skin care sebagai referensi dalam rangka mengatasi masalah yang dihadapi perusahaan dan juga sebagai konsep baru perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

### **1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

#### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian akan dilakukan di Kota Tasikmalaya dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen PONDS di Kota Tasikmalaya.

#### **1.5.2 Jadwal Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada semester genap tahun ajaran 2020/2021, dengan perkiraan Bulan Maret 2021 sampai dengan Bulan Juli 2021.

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan/Tahun 2020/2021																					
		Maret				April				Mei				Juni				Juli					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Pengajuan judul	■	■	■	■																		
2	Penyusunan usulan penelitian				■	■	■	■	■	■													
3	Survei awal						■	■															
4	Pengajuan usulan penelitian										■	■	■										
5	Sidang usulan penelitian												■										
6	Revisi usulan penelitian													■									
7	Penelitian lapangan														■	■							
8	Analisis data															■	■	■					
9	Penulisan bab IV dan V																■	■	■	■			
10	Sidang komprehensif																			■			
11	Revisi skripsi																				■		