

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi semakin erat di era sekarang, khususnya persaingan perusahaan dalam memasarkan produknya, kementerian menargetkan perubahan industri tahun 2019 mencapai 9% meningkat dibanding pertumbuhan tahun 2018 sekitar 7,3%. Hal ini antara lain dipicu oleh meningkatnya tren kebutuhan masyarakat terhadap produk kecantikan dan perawatan tubuh. Pemerintah optimistis, industri kosmetik dalam negeri tak hanya tumbuh dipasar domestik, tapi juga di pasar dunia. Maka dari itu menghadapi persaingan yang ketat perusahaan harus terus mengembangkan kreativitas dan inovasi-inovasi terbaru dari produk yang akan dihasilkan agar lebih unggul dari produk pesaing. Salah satu industri yang semakin pesat dari ini ialah industri produk kecantikan atau kosmetik. Produk kecantikan termasuk ke dalam produk perawatan diri untuk meningkatkan kepercayaan diri (Hulima, Soepono, dan Tieulung 2021). Berdasarkan survei tahun 2021 yang dilakukan oleh ZAP Beauty 8,7% wanita merasa cantik saat menggunakan kosmetik atau *make up*.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah bahwa wanita selalu menggunakan kosmetik saat berpergian, hal ini membuat banyaknya produk kecantikan yang muncul, mulai dari *skincare* maupun *make up*. Persaingan antar pasar industri perawatan pribadi dan kosmetik semakin kompetitif. Hal ini terbukti dengan banyaknya jenis kosmetik yang beredar baik produk dalam negeri maupun produk

luar negeri. Membanjirnya produk kosmetik di pasaran memengaruhi sikap seseorang terhadap pemakaian barang. Pembelian suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan (*need*), melainkan karena keinginan (*want*). Ditambah dengan ditemukannya pelanggan memutuskan memilih menggunakan produk tertentu (kosmetika) dalam rangka memperjelas identitas diri agar dipandang baik dalam komunitas tertentu (S. W. A. Rahayu 2022, 14–15).

Secara geografis letak Kota Banjarmasin sangat strategis karena menjadi pusat penghubung Provinsi Kalimantan Tengah dan Kalimantan Timur. Karena letaknya sangat strategis, Kota Banjarmasin menjadi daerah perkotaan yang memiliki tingkat perkembangan yang sangat pesat di berbagai bidang baik di bidang ekonomi, sosial, budaya, teknologi maupun politik dan pemerintahan. Sekarang banyak muncul berbagai macam bidang usaha dimana usaha itu bisa menghasilkan keuntungan bagi pemilik usaha itu tersebut.

Salah satu toko kosmetik terbesar di Banjarmasin yaitu Noona Cosmetic Centre. Pada saat ini kosmetik sangat menarik perhatian kepada anak muda hingga dewasa, karena penggunaan kosmetik pada masyarakat modern adalah untuk kebersihan pribadi, meningkatkan daya tarik melalui *make up*, meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan tenang, melindungi kulit dan rambut dari kerusakan sinar *ultra violet*, polusi dan faktor lingkungan yang lain, mencegah penuaan dan secara umum membantu seseorang lebih menikmati dan menghargai hidup (T. Mitsui 1997).

Untuk mengetahui nilai perusahaan dimata masyarakat atau pelanggan, setiap perusahaan membutuhkan tanggapan dari pelanggan agar dapat

dipergunakan sebagai bahan penelitian untuk mengambil langkah-langkah ke depan yang akan diambil oleh perusahaan. Tanggapan-tanggapan dari pelanggan tersebut mereka pergunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang mereka tawarkan dan juga terhadap perusahaan itu sendiri. Salah satu yang merupakan tanggapan dari pelanggan ini adalah kualitas pelayanan dan lengkapnya produk yang disediakan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko yaitu bertujuan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, pelanggan harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan pelanggan yang baik dan memuaskan harus menjadi misi utama bagi sebuah toko dimana kepuasan pelanggan menjadi sorotan utama bagi perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan (Kotler 2008).

Lengkapnya produk yang dijual di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin terdiri dari produk yang berkaitan dengan kecantikan seperti *make up*, *skincare*, parfum, dan lain sebagainya. Selain itu kelengkapan produk yang ada di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin juga terdiri dari berbagai macam merek yaitu: wardah, somethinc, dazzle me, hanasui, skintific, azarine, y.o.u, make over, emina,

biaqua, kahf, garnier men, ponds men Ada juga perlengkapan mandi seperti: sabun biore, lifebuoy, shampo makarizo, sunsilik, pasta gigi pepsodent, close up, deodorant rexona,

Faktor kedua yang memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kelengkapan produk, bukan hanya untuk menarik pelanggan dalam memilih produk, melainkan juga dapat memperbaiki kepuasan pelanggan terhadap suatu produk. Melihat bahwa banyak pesaing kosmetik lainnya yang memiliki kelengkapan produk yang baik, maka ini akan menjadi perhatian khusus bagi toko kosmetik untuk lebih memperhatikan ketersediaan suatu merek di depan persepsi masyarakat umum (Indrasari 2019, 82).

Tingkat kepuasan yang ingin dicapai masing-masing pelanggan tentu saja berbeda dan beragam. Mengukur kepuasan pelanggan merupakan suatu kegiatan yang memiliki peranan penting agar dapat berhasil di dalam iklim bisnis saat ini. Pengukuran kepuasan pelanggan sangat tepat bagi setiap pemilik usaha untuk mengetahui apakah pelanggan merasa puas atau tidak terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.

Dengan demikian Noona Cosmetic Centre Banjarmasin harus dapat memahami bagaimana pelanggan bereaksi baik terhadap kebijakan dari berbagai bentuk produk, harga dan daya tarik iklan yang berbeda-beda serta memahami hal-hal yang dapat membuat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan obeservasi awal yang didapatkan bahwa produk yang disediakan terdiri dari berbagai macam jenis dan merek serta adanya kualitas pelayanan yang baik. Sehingga hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan

penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin?
2. Apakah kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, perumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan .pelanggan di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

Secara ringkas, diharapkan kegunaan atau manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi penjual dan pelanggan terkait kualitas pelayanan dan kelengkapan produk di toko Noona Cosmetic Centre Banjarmasin.
2. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan akademisi ekonomi Islam pada umumnya, untuk memahami pengaruh dari kualitas layanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin.
3. Bagi pelaku usaha penelitian ini dapat membantu mengetahui tentang bagaimana kualitas layanan serta kelengkapan produk pada tokonya sehingga dapat menambah kepuasan pelanggan yang berbelanja ditokonya.
4. Bagi masyarakat umum, penulis berharap tulisan ini dapat berguna untuk penelitian selanjutnya.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel memberikan persamaan persepsi sehingga terdapat persamaan pemahaman terhadap istilah – istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Pentingnya definisi operasional dibahas karena untuk menghindari kesalahpahaman dan salah pengertian terhadap istilah yang terdapat dalam judul,

maka terlebih dahulu penulis akan mencoba menjelaskan pengertian serta maksud yang terkandung dalam judul penelitian.

Tabel 1.1 Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah dimana pembeli puas terhadap produk dan jasa pelayanan. (Indrasari 2019, 82). Yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah seberapa puas pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan kelengkapan produk yang tersedia di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin. Indikator dari kepuasan pelanggan yaitu: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan (Tjiptono, 2004, hlm. 101).
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan adalah upaya menyampaikan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. (Izzuddin dan Muhsin 2020, 74). Yang dimaksud dengan kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah seberapa bagus pelayanan yang diberikan oleh pihak di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin dalam penjualan produk. Indikator dari kualitas pelayanan, yaitu : <i>Reliability</i> (Keandalan), <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap), <i>Assurance</i> (Jaminan),

	<i>Emphaty</i> (Empati), <i>Tangibles</i> (Wujud). (Gunawan dan Djati 2011).
Kelengkapan Produk (X ₂)	Kelengkapan produk adalah kelengkapan yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan. (E. Rahayu 2018). Yang dimaksud dengan kelengkapan produk dalam penelitian ini adalah produk yang berkaitan dengan kecantikan. Indikator dari kelengkapan produk yaitu: keragaman produk yang dijual, variasi produk yang dijual, ketersediaan produk yang dijual dan macam merek yang tersedia (Raharjani 2005,8).

(Sumber data di olah 2023)

F. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang dirasa penulis relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian/Tahun	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	(Supriyadi 2019) Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada toko beras mangun jaya rawakuda-keduwaringan.	Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan sampel penelitian	Hasil dari penelitian ini adalah harga, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan toko beras mangun	Persamaan tertelak pada variabel kualitas pelayanan dan variabel independennya kepuasan pelanggan serta perbedaannya yaitu pada variabel harga dan lokasi.

		sebanyak 100 responden.	jaya rawakuda- keduwaringan.	
2.	(Nasution 2021) Pengaruh harga, kelengkapan produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di 212 mart.	Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan sampel penelitian sebanyak 96 responden.	Hasil dari penelitian ini adalah harga, kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di 212 mart.	Persamaan terletak pada variabel kelengkapan produk dan variabel independennya kepuasan konsumen serta perbedaannya terletak pada variabel harga dan lokasi.
3	(T. R. Rahayu 2018) Pengaruh kuliatas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli produk kosmetik online pada mahasiswa jurusan perbankan syariah FEBI institut agama islam negeri ponorogo.	Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan pengumpulan data menggunakan kusieoner dan sampel penelitian sebanyak 55 responden.	Hasil dari penelitian ini kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli produk kosmetik online berpengaruh positif dan signifikan.	Persamaan terletak pada variabel kualitas pelayanan. Perbedaannya yaitu pada kualitas produk dan variabel indipenden minat beli.

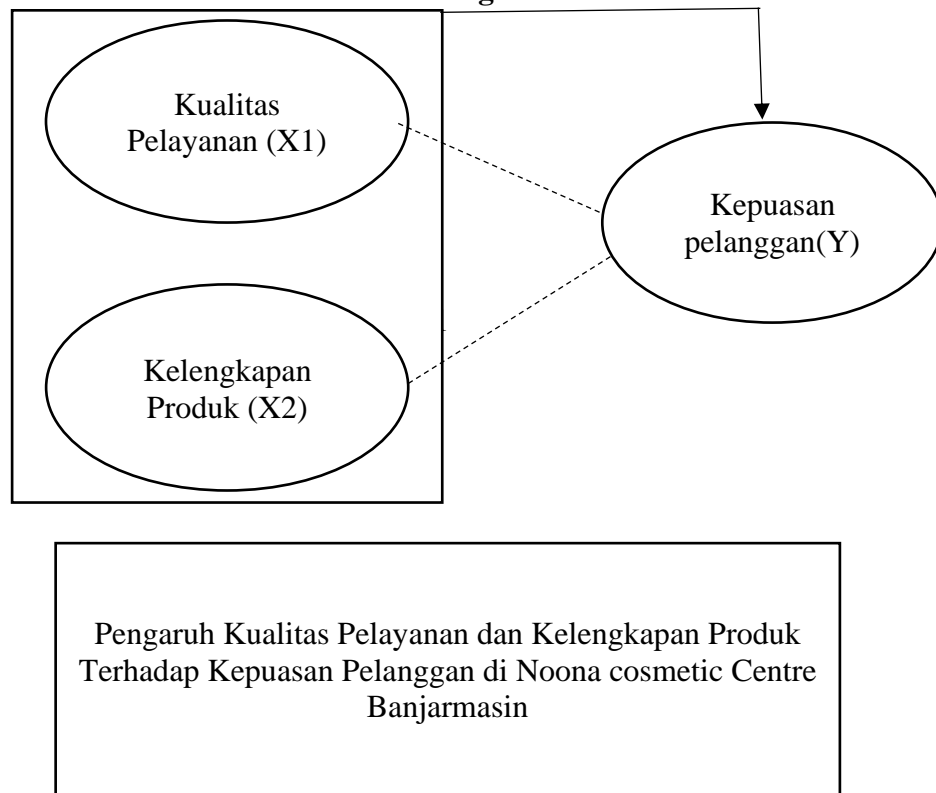
(sumber data di olah 2023)

G. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (dependent variabel) yang dilambangkan dengan huruf (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas (independent variabel) yang dilambangkan dengan huruf (X) yaitu Kualitas pelayanan dan kelengkapan produk. Untuk mengetahui apakah variabel – variabel ini

berpengaruh maka kerangka berpikir penulis gambarkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran



(Sumber data di olah 2023)

Keterangan

—————▶ : Garis yang berpengaruh secara parsial (uji T)

-----▶ : Garis yang berpengaruh secara simultan (uji F)

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Secara Parsial

a. Kualitas pelayanan

H_0 = Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin.

H_a = Terdapat pengaruh secara parsial Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin.

b. Kelengkapan Produk

H_0 = Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin.

H_a = Terdapat pengaruh secara parsial kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin. Secara Simultan.

2. Secara Simultan

H_0 = Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin.

H_a = Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan di Noona Cosmetic Centre Banjarmasin.

I. Sistematika Pembahasan

Bab pertama, merupakan pendahuluan. Bab ini terdiri dari latar belakang penelitian yang melatar belakangi penelitian ini, dari latar belakang tersebut muncul suatu permasalahan yang kemudian dicantumkan pada rumusan masalah, kemudian ditetapkan tujuan penelitian ini disertai signifikansi dari hasil penelitian. Definisi operasional/istilah dirumuskan agar tidak terjadi kekeliruan dalam memahami

istilah pada judul. Salah satu sumber yang dikutip dalam penelitian ini yaitu penelitian terdahulu sehingga peneliti dapat memperluas teori yang dipakai dalam penelitian ini. Pembahasan terakhir dari bab pertama adalah sistematika penulisan dimana tujuannya menjelaskan penelitian yang akan dituangkan ke dalam penelitian secara sistematis.

Bab II berisi kajian teori yang menyajikan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang ada pada penelitian, teori-teori tersebut diambil dari buku, jurnal, literatur dan penelitian terdahulu.

Bab III berisi metode penelitian yang digunakan yang menjelaskan mengenai operasional pelaksanaan penelitian ini, mulai dari jenis penelitian, lokasi, populasi dan sampel penelitian, serta data dan sumber data yang digunakan, metode yang digunakan dalam mengumpulkan data, cara pengolahan data dan cara menganalisis data hingga prosedur penelitian.

Bab IV berisi hasil analisis dan pembahasan terhadap hasil analisis yang menjadi inti dari penelitian, dimana dalam bab ini menjelaskan hasil analisis penelitian yang menjadi jawaban terhadap rumusan masalah.

Bab V merupakan penutup, yang berisi penjelasan kesimpulan dalam bentuk poin-poin hasil penelitian sebagai jawaban terhadap poin-poin rumusan 20 masalah, serta rekomendasi penulis kepada berbagai pihak termasuk para peneliti selanjutnya.

