

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kosmetik telah menjadi kebutuhan utama bagi seorang wanita, tetapi kini kosmetik tidak hanya digunakan oleh seorang wanita, banyak pula pria yang menggunakan kosmetik baik itu untuk keperluan pribadi atau sebagai MUA (*Make Up Artist*). Istilah kosmetik diangkat dari Bahasa Yunani yaitu *kosmetikos* yang memiliki arti kemampuan dalam hal penataan (Kompas.com, 2020). Pengertian dari kosmetik sendiri ialah suatu produk yang bertujuan untuk merawat, mempercantik, dan memperindah kulit bagian luar. Kosmetik terdiri dari berbagai macam jenis, seperti misalnya bedak, lipstik, *sunscreen*, *foundation*, *concealer*, *eyebrow*, *eyeliner*, perawatan wajah, perawatan tubuh, dan masih banyak lagi.

Jumlah penduduk Indonesia yang semakin bertambah setiap tahunnya, membuat permintaan akan kosmetik juga semakin meningkat. Penggunaan akan produk kosmetik sendiri yang bersifat sementara dikarenakan habis, lewat dari batas *expired* ataupun konsumen yang suka berganti produk kosmetik membuat persaingan antar pelaku bisnis kosmetik semakin berkembang. Para pelaku bisnis kosmetik harus berlomba-lomba melakukan inovasi dan mengembangkan produk kosmetik yang dijual agar laku dipasaran. Para pelaku bisnis juga harus memperhatikan keamanan akan kandungan dari suatu kosmetik yang dibuat. Produk kosmetik yang dibuat harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang.

Kota Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia, maka dari itu sangat besar pula kontribusi yang diberikan Kota Bandung terhadap perekonomian Indonesia. Kota Bandung memiliki peluang besar untuk pengusaha mengembangkan usahanya di beberapa sektor. Sektor perekonomian di Kota Bandung saat ini sedang mengalami peningkatan yang cukup pesat dari tahun-tahun sebelumnya, hal ini terjadi karena meningkatnya kebutuhan konsumsi sehari-hari masyarakat di Kota Bandung sehingga menimbulkan minat masyarakat terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan pun meningkat. Meningkatnya minat masyarakat terhadap barang atau jasa membuat sektor industri memiliki peluang yang cukup besar, oleh karena itu disinilah para pengusaha dapat membuka peluang bisnis untuk dapat ikut berkontribusi dalam memajukan perekonomian Indonesia.

Perkembangan usaha di sektor industri tentunya memiliki pengaruh yang besar terhadap PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) di Kota Bandung, banyak sektor lapangan usaha yang lain namun sektor industri memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Kota Bandung. Besarnya potensi yang dimiliki usaha di sektor industri, membuat sektor industri memiliki jenis lapangan usaha yang dibedakan berdasarkan industri migas dan non migas. Jenis usaha industri pun mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari tahun ke tahunnya. Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam yang berlimpah salah satunya bahan baku non migas, membuat para pelaku usaha berusaha untuk terus mengembangkan usaha yang mereka miliki dengan membuat bisnis industri yang menjanjikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menguasai pasar.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Unit Usaha Industri Non Migas Kota Bandung Tahun 2020-2022**

No.	Jenis Usaha Industri Non Migas	Jumlah Unit Usaha				
		2020	Kenaikan (%)	2021	Kenaikan (%)	2022
1.	Industri Makanan	6.453	29	8.346	22	10.168
2.	Industri Minuman	422	63	687	27	874
3.	Industri Pengolahan Tembakau	772	62	1.247	35	1.682
4.	Industri Tekstil	2.612	37	3.587	25	4.471
5.	Industri Pakaian Jadi	2.360	31	3.085	29	3.968
6.	Industri Kulit, Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Anyaman dari Bambu	738	47	1.083	24	1.342
7.	Rotan dan Sejenisnya	1.220	31	1.596	37	2.186
8.	Industri Kertas dan Barang dari Kertas	508	81	919	53	1.402
9.	Industri Pencetakan dan Reproduksi MediaRekaman	616	85	1.142	33	1.524
10.	Industri Produk dari Batu Bara dan Pengilangan Minyak Bumi	129	28	165	22	202
11.	Industri Bahan Kimia dan Barang dari Bahan Kimia	1.075	42	1.523	23	1.875
12.	Industri Farmasi, Produk Obat Kimia dan Obat Tradisional	168	22	205	16	237
13.	Industri Karet, Barang Dari Karet dan Plastik	1.875	34	2.512	25	3.137
14.	Industri Barang Galian Bukan Logam	1.714	51	2.589	26	3.257
15.	Industri Logam Dasar	330	107	685	31	894
16.	Industri Barang Logam, Bukan Mesin danPeralatannya	1.022	42	1.452	49	2.169
17.	Industri Komputer, Barang Elektronik dan Optik	157	25	196	17	229
18.	Industri Peralatan Listrik	345	54	532	43	762
19.	Industri Mesin dan Perlengkapan	407	58	642	50	961
20.	Industri Kendaraan Bermotor, Trailer dan Semi Trailer	412	78	732	155	1.873
21.	Industri Alat Angkutan Lainnya	380	59	606	32	798
22.	Industri Furnitur	1.400	34	1.878	32	2.487
23.	Industri Pengolahan Lainnya	654	83	1.200	31	1.568
24.	Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin, Peralatan	137	186	393	73	678
<b>Total</b>		<b>25.906</b>	<b>100</b>	<b>35.920</b>	<b>100</b>	<b>43.439</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 pada halaman sebelumnya diketahui bahwa industri produk dari batu bara dan pengilangan minyak bumi memiliki jumlah unit usaha terendah, disusul oleh industri komputer, barang elektronik dan optik, sedangkan untuk industri farmasi, produk obat kimia dan obat tradisional menjadi urutan terendah ketiga dengan persentase kenaikan jumlah unit usaha tiap tahunnya paling rendah. Rendahnya jumlah unit usaha pada ketiga sektor industri non migas tersebut dapat terjadi dikarenakan adanya keterbatasan bahan baku sehingga para pelaku bisnis belum berani mengambil resiko untuk melakukan bisnis, agar lebih jelasnya disajikan data jumlah unit usaha tiga sektor terendah kategori industri non migas sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Unit Usaha Pada Tiga Sektor Terendah Kategori Industri Non Migas di Kota Bandung Tahun 2020 – 2022**

No.	Jenis Usaha Industri Non Migas	Jumlah Unit Usaha				
		2020	Kenaikan	2021	Kenaikan	2022
1.	Industri Produk dari Batu Bara dan Pengilangan Minyak Bumi	129	27,90%	165	22,40%	202
2.	Industri Komputer, Barang Elektronik dan Optik	157	24,80%	196	16,80%	229
3.	Industri Farmasi, Produk Obat Kimia dan Obat Tradisional	168	22%	205	15,60%	237
<b>Total</b>		<b>454</b>		<b>566</b>		<b>668</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2022

Berdasarkan Tabel 1.2 industri farmasi, obat kimia dan obat tradisional menjadi industri yang jumlah unit usahanya paling tinggi namun persentase kenaikan jumlah unit usahanya paling rendah selama 3 tahun terakhir. Hal tersebut yang membuat tertarik untuk meneliti permasalahan yang terjadi pada industri farmasi, obat kimia dan obat tradisional.

Perkembangan penduduk di Kota Bandung seharusnya menjadi kesempatan bagi pelaku usaha untuk membuka peluang. Meskipun industri farmasi, obat kimia dan obat tradisional masih menjadi yang terendah perkembangannya akan tetapi industri tersebut masih tetap memberikan peluang bagi pelaku usaha. Banyaknya pelaku usaha tentunya tidak terlepas dari jumlah penduduk pada suatu wilayah khususnya pada kasus ini jumlah penduduk di Kota Bandung. Kepadatan penduduk merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Peningkatan jumlah penduduk setiap tahunnya secara tidak langsung mempengaruhi dan meningkatkan kebutuhan hidup yang harus dipenuhi terutama kebutuhan farmasi. Maka hal tersebut merupakan peluang bagi pelaku usaha untuk dapat mengembangkan usahanya. Berikut adalah data jumlah penduduk dan laju pertumbuhan penduduk Kota Bandung tahun 2018-2022:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk**  
**Kota Bandung Tahun 2018 – 2022**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Penduduk (Jiwa)</b>	<b>Laju Pertumbuhan Penduduk Per Tahun (%)</b>
2018	2.397.396	0,79
2019	2.412.458	0,63
2020	2.452.179	1,64
2021	2.480.464	1,15
2022	2.490.386	0,4

Sumber: Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Bandung, 2022

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa Kota Bandung mengalami pertumbuhan penduduk, walaupun pertumbuhan yang terjadi tidak secara signifikan namun sekecil apapun pertumbuhan penduduk itu akan menjadi peluang bagi para pelaku bisnis. Perkembangan jumlah penduduk yang bertambah maka

semakin banyak pula konsumen yang menyerap produk yang dihasilkan oleh para pelaku bisnis.

Industri farmasi, obat kimia dan obat tradisional memiliki peluang di Kota Bandung, namun pengusaha pun harus mengetahui jenis-jenis industri produk farmasi yang sering digunakan oleh para konsumen sehingga barang yang diproduksi dapat diserap oleh konsumen. Perusahaan dalam produksinya pun harus memiliki izin dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) sesuai dengan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan No. 34 Tahun 2013 mengenai kriteria izin edar obat-obatan dan kosmetika. Berikut perkembangan jenis usaha di bidang industri farmasi, obat kimia dan obat tradisional di Kota Bandung:

**Tabel 1.4**  
**Jenis Usaha Industri Farmasi di Kota Bandung Tahun 2020-2022**

No.	Jenis Usaha	Jumlah Unit Usaha				
		2020	Kenaikan	2021	Kenaikan	2022
1.	Obat Kimia	53	24,50%	66	15,10%	76
2.	Kosmetik	51	15,60%	57	12,20%	64
3.	Obat Tradisional	36	25%	45	13,30%	51
4.	Alat Kesehatan	28	32,10%	37	24,30%	46
<b>Total</b>		<b>168</b>		<b>205</b>		<b>237</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2022

Berdasarkan Tabel 1.4 diketahui bahwa jenis usaha kosmetik mengalami peningkatan jumlah unit usaha dari tahun ke tahun, namun jenis usaha kosmetik ini memiliki persentase kenaikan paling kecil dibandingkan dengan jenis usaha lainnya seperti obat kimia, obat tradisional dan alat kesehatan. Di era modern seperti sekarang banyak anak muda yang sudah mengenal kosmetik melalui media sosial

seperti dari *beauty vlogger* yang seharusnya dapat membuat pelaku usaha untuk memulai dan mengembangkan bisnis di bidang kosmetik khususnya di Kota Bandung. Kehadiran *beauty vlogger* juga dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk kosmetik dengan lebih luas.

Salah satu faktor yang memicu lambatnya pertumbuhan pelaku usaha di bidang kosmetik adalah mengenai izin edar. Pengusaha bisnis kosmetik harus mengetahui kandungan bahan dan juga tingkat keamanan yang terkandung di dalam kosmetik tersebut. Menurut UU Kesehatan, kosmetik termasuk dalam jenis sediaan farmasi Pasal 98 ayat (1), sediaan farmasi (termasuk kosmetik) harus aman, berkhasiat atau bermanfaat, bermutu, dan terjangkau. Pelaku usaha di bidang kosmetik harus memastikan bahwa produk kosmetik yang diproduksinya itu aman dan sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

Produk kosmetik dalam produksinya dibagi kedalam beberapa jenis seperti perawatan rambut, perawatan wajah dan juga perawatan badan. Masing-masing jenis tersebut memiliki kegunaan dan manfaatnya masing-masing, konsumen bebas memilih jenis produk mana yang menjadi kebutuhan mereka. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menyebutkan bahwa jenis-jenis kosmetik seperti perawatan rambut, wajah dan badan memiliki kegunaannya masing-masing. Berikut beberapa jenis kosmetik di Kota Bandung tahun 2022:

**Tabel 1.5**  
**Jenis-Jenis Kosmetik Tahun 2022**

No.	Kategori	Jumlah Merek	Persentase
1.	Perawatan Wajah	24	37,50%
2.	Perawatan Rambut	21	32,80%
3.	Perawatan Badan	19	29,60%

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2022

Berdasarkan Tabel 1.5 di halaman sebelumnya diketahui bahwa jumlah kategori kosmetik tertinggi adalah perawatan wajah dengan persentase 37,50%, sedangkan yang terendah adalah perawatan badan dengan persentase 29,60%. Hal tersebut dapat terjadi karena merek produk perawatan badan tidak terlalu banyak dibandingkan dengan produk perawatan wajah dan produk perawatan rambut.

Produk perawatan badan yang termasuk perawatan kulit atau *Hand & Body Lotion* saat ini menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi setiap individu khususnya perempuan yang ingin kulit putih dan bersih. *Hand & Body Lotion* merupakan suatu persediaan kosmetik berbentuk emulsi cair yang dapat digunakan oleh wanita maupun pria pada daerah tangan serta tubuh dengan tujuan melembabkan dan melembutkan kulit. Memiliki kulit lembab, lembut dan sehat adalah dambaan setiap orang. *Hand & Body Lotion* sudah cukup banyak ditawarkan dengan varian aroma yang bermacam-macam oleh banyak perusahaan kosmetik dan kecantikan kepada para konsumennya terutama wanita.

**Tabel 1.6**  
**Merek Kosmetik Lokal Produk *Hand & Body Lotion***

No.	Merek	Perusahaan
1.	Scarlett	PT. Motto Beringin Abadi
2.	Herborist	PT. Victoria Care Indonesia Tbk
3.	Hanasui	PT. Eka Jaya Internasional.
4.	Citra	PT. Unilever Indonesia Tbk
5.	Vaseline	PT. Unilever Indonesia Tbk
6.	Nivea	PT. Beiersdorf
7.	Marina	PT. Tempo Scan Pasifik Tbk
8.	Hanasui	PT. Eka Jaya Internasional
9.	Mustika Ratu	PT. Mustika Ratu Tbk
10.	Kaila	PT. Multi Indocitra Tbk
11.	Sariayu	PT. Matina Berto
12.	Natur-E	PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk
13.	Wardah	PT. Paragon Technology and Innovation

Sumber: my-best.id



Berdasarkan Tabel 1.6 di halaman sebelumnya terdapat beberapa merek kosmetik lokal yang memproduksi *Hand & Body Lotion*. Masing-masing dari merek tersebut harus mampu bersaing agar dapat bertahan. Persediaan kosmetik lokal pada perawatan kulit atau *Hand & Body Lotion* sudah banyak tersedia di supermarket, minimarket, *department store*, maupun yang dijual secara online.

**Tabel 1.7**  
**Pangsa Pasar Produk *Hand & Body Lotion* Tahun 2022**

No.	Merek	Pangsa Pasar
1.	Citra	50,1%
2.	Vaseline	17%
3.	Nivea	13,40%
4.	Marina	5,5%

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan Tabel 1.7 diketahui bahwa merek yang menguasai pangsa pasar di tahun 2022 adalah Citra dengan persentase 50,1% hal ini menandakan bahwa Citra sangat mendominasi pasar, sedangkan pada urutan terendah yaitu Marina dengan persentase 5,5%. Pangsa pasar menggambarkan kemampuan dan posisi suatu perusahaan dalam bersaing di pasar. Sedangkan menurut Indonesia Top Brand Index 2022 terdapat lima merek yang memiliki posisi di lima besar dalam kategori *Hand & Body Lotion*. Berikut ini merupakan data Top Brand Index kategori *Hand & Body Lotion* pada periode 2018-2022 sebagai berikut:

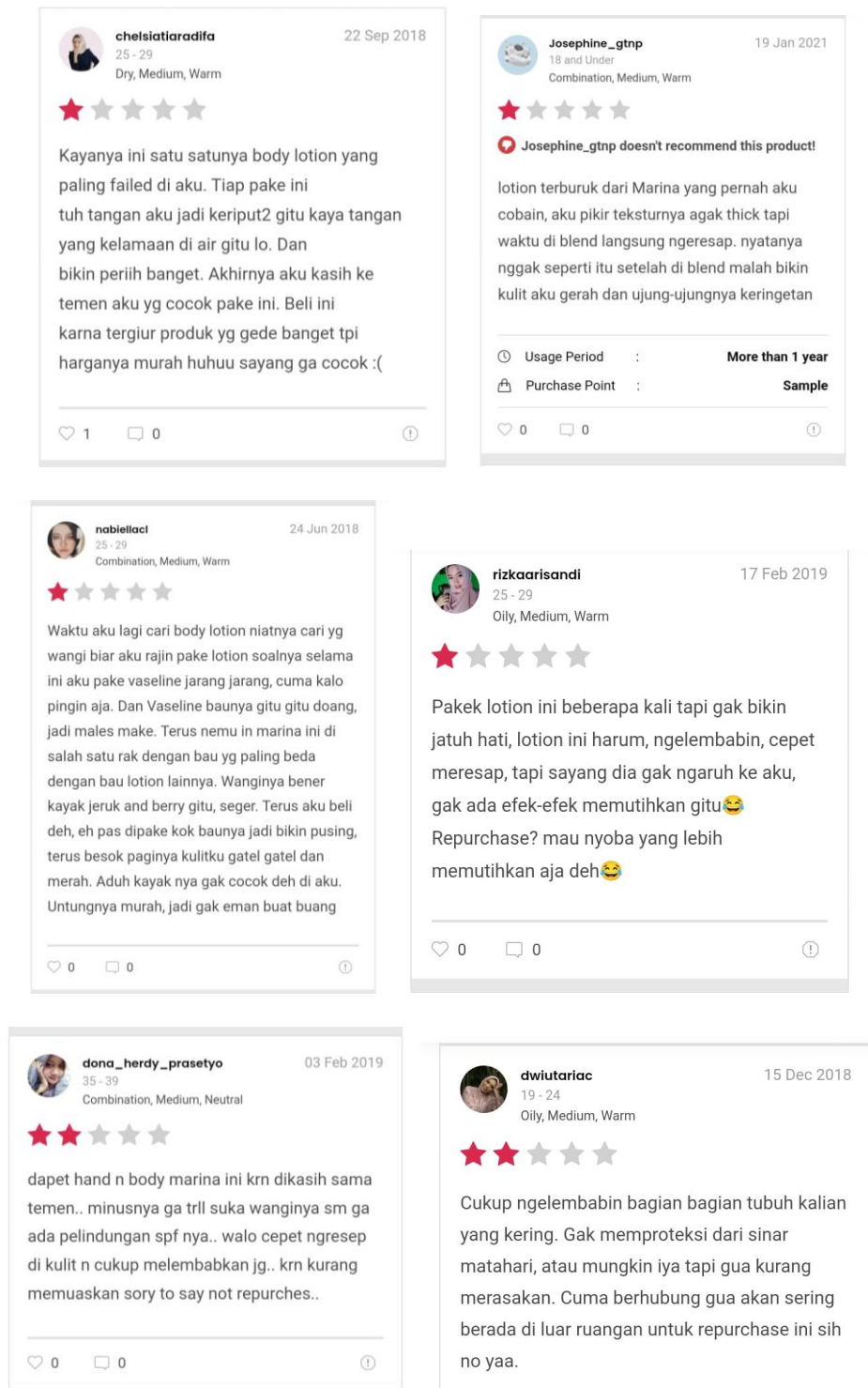
**Tabel 1.8**  
**Data Top Brand Index Indonesia**

Merek	Top Brand Index (%)				
	2018	2019	2020	2021	2022
Citra	42,90	38,30	31,50	29,10	29,60
Vaseline	12,30	19,70	11,80	14,80	16,50
Marina	20,70	17,80	22,40	16,20	13,60
Nivea	4,80	6,20	5,40	8,80	8,90
Body Shop	0	0	0	5,60	6,70

Sumber: Top Brand Award

Berdasarkan Tabel 1.8 di halaman sebelumnya diketahui bahwa urutan pertama top brand index adalah Citra dengan persentase yang cenderung menurun setiap tahunnya namun pada tahun 2022 mengalami kenaikan, sedangkan untuk merek Marina berada pada urutan ketiga dengan persentase yang selalu mengalami penurunan dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022. Kriteria pengukuran Top Brand Index terdapat tiga indikator yang terdiri dari *mind share* yang menunjukkan kekuatan merek dalam benak konsumen, *market share* yang menunjukkan kekuatan merek dalam pasar yang berkaitan dengan perilaku pembelian pelanggan serta *commitment share* yakni membuktikan kekuatan merek dalam mendorong pelanggan untuk membeli kembali pada waktu mendatang. Ketiga indikator tersebut berdasarkan parameter dari Top Brand Index yang terdiri dari *top of mind*, *last usage*, serta *future intention*. Penurunan persentase Top Brand Index diduga karena konsumen tidak melakukan pembelian kembali.

Female Daily merupakan platform khusus yang membahas seputar kecantikan, menyediakan berbagai topik dan berbagai ulasan mengenai produk kecantikan. Pada produk *Hand & Body Lotion* terdapat beberapa merek seperti Vaseline yang mendapatkan penilaian 4,7/5, Citra dengan penilaian 4,3/5, Nivea dengan penilaian 4,2/5, Natur-E dengan penilaian 4,2/5 dan Marina dengan penilaian 3,9/5. Hal tersebut memperlihatkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang lebih rendah pada produk Marina dibandingkan produk lainnya. Beberapa konsumen mengatakan tidak puas dengan produk Marina. Berikut beberapa ulasan konsumen *Hand & Body Lotion* Marina yang menunjukkan rasa tidak puas karena kualitas produk tersebut pada halaman selanjutnya:



Sumber: Femaledaily.com

**Gambar 1.1**  
**Online Reviews Mengenai Produk Hand & Body Lotion Marina**

Berdasarkan Gambar 1.1 di halaman sebelumnya disajikan beberapa *online reviews* yang merasa kecewa dan tidak puas akan kualitas produk dari *Hand & Body Lotion Marina*. Kehadiran *online reviews* dapat menjadi informasi tambahan yang mengindikasikan bahwa konsumen tidak puas akan produk tersebut. Terdapat pula data yang diperoleh dari Female Daily mengenai keluhan pelanggan *Hand & Body Lotion Marina* yang dikumpulkan oleh peneliti. Berikut disajikan keluhan produk *Hand & Body Lotion Marina*:

**Tabel 1.9**  
**Keluhan Pelanggan *Hand & Body Lotion Marina***

No.	Keluhan Konsumen	Persentase
1.	Tidak memberikan efek apapun	15%
2.	Kurang daya tahan melembabkan kulit	17%
3.	Efek buruk setelah pemakaian	21%
4.	Sulit diserap kulit	23%
5.	Aroma yang mengganggu	24%
<b>Total</b>		<b>100%</b>

Sumber: Femaledaily.com (2023)

Berdasarkan Tabel 1.9 menunjukkan bahwa terdapat banyak keluhan pada produk *Hand & Body Lotion Marina*. Keluhan terbanyak dengan persentase 24% adalah produk memiliki aroma yang mengganggu, sedangkan yang terendah dengan persentase 15% adalah konsumen yang tidak merasakan efek apapun setelah menggunakan *Hand & Body Lotion Marina*. Konsumen juga mengatakan bahwa produk *Hand & Body Lotion* memiliki daya tahan yang kurang dalam melembabkan kulit, bahkan beberapa konsumen tidak merasakan kulitnya lembab setelah pemakaian. Efek buruk yang dirasakan konsumen juga seperti adanya kemerahan dan produk sulit untuk diserap kulit. Bila keluhan tersebut tidak ditindaklanjuti maka diduga akan semakin mengecewakan konsumen dan tidak berminat kembali membeli produk tersebut.

Keluhan konsumen jika tidak ditindaklanjuti akan membuat citra merek dari produk tersebut semakin buruk. Adanya keluhan konsumen juga ditandai dengan menurunnya penjualan produk *Hand & Body Lotion* Marina. Data penjualan *Hand & Body Lotion* Marina dari tahun 2018-2022 sebagai berikut:

**Tabel 1.10**  
**Data Penjualan *Hand & Body Lotion* Marina Tahun 2018-2022**

Tahun	Jumlah Botol	Total (Rp)	Persentase Penurunan
2018	130.771	1.160.097.156	-
2019	103.744	921.207.630	0,26%
2020	84.931	735.722.803	0,25%
2021	73.854	602.125.149	0,22%
2022	26.054	207.172.044	1,91%

Sumber: Sahabatmarina

Berdasarkan Tabel 1.10 hasil data penjualan pada produk *Hand & Body Lotion* Marina pada lima tahun ke belakang yaitu dari tahun 2018-2022 menunjukkan bahwa penjualan mengalami penurunan setiap tahunnya. Pada tahun 2022 memproduksi 26.054 botol dengan total pendapatan Rp207.172.044 dan menghasilkan persentase penurunan sebesar 1,91% yang sebelumnya di tahun 2021 memproduksi 73.854 dengan persentase penurunan sebesar 0,22%. Berbeda sangat jauh pada tahun 2018 dengan memproduksi 130.771 botol dengan total pendapatan Rp1.160.097.156. Penurunan terindikasi bahwa rendahnya minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk yang dapat menyebabkan kerugian pada perusahaan dengan berupa adanya penurunan jumlah penjualan. Menjaga agar konsumen selalu memiliki minat beli ulang merupakan hal penting yang harus diperhatikan agar konsumen tetap setia dalam menggunakan produk baik barang atau jasa dari perusahaan tersebut. Dari data tersebut maka terdapat permasalahan pada produk *Hand & Body Lotion* Marina.

Berdasarkan data yang telah disajikan Kota Bandung memiliki jumlah unit usaha di industri kosmetik yang rendah. Jumlah unit usaha kosmetik kategori perawatan badan juga masih rendah bila dibandingkan dengan perawatan wajah dan perawatan rambut yang ada di Kota Bandung. Terdapat beberapa produk *Hand & Body Lotion* yang digunakan konsumen di Kota Bandung. Berikut hasil survei kepada 50 responden produk *Hand & Body Lotion* yang diminati konsumen di Kota Bandung:

**Tabel 1.11**  
**Merek *Hand & Body Lotion* yang Diminati Konsumen di Kota Bandung**

<b>Merek</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Vaseline	10	20%
Scarlett	8	16%
Nivea	6	12%
Citra	6	12%
Hanasui	6	12%
Shinzui	5	10%
Herborist	5	10%
Marina	4	8%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 1.11 menunjukkan bahwa konsumen di Kota Bandung lebih banyak menggunakan merek *Hand & Body Lotion* Vaseline dengan jumlah responden terbanyak yaitu 10 dan persentase terbesar yaitu 20%. Sedangkan untuk produk *Hand & Body Lotion* Marina memiliki jumlah responden paling sedikit dengan persentase 8%. *Hand & Body Lotion* Marina memiliki harga yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan merek *Hand & Body Lotion* lokal lain yang ada pada Tabel 1.11, tetapi berdasarkan wawancara kepada responden yang tidak menggunakan produk tersebut alasan konsumen tidak memilih karena tidak

menimbulkan efek seperti yang dikatakan pada produknya yaitu kulit menjadi lembab dan cerah.

Penjualan *Hand & Body Lotion* Marina yang cenderung menurun setiap tahunnya dan rendahnya konsumen produk tersebut diduga karena pelanggan yang tidak puas. Produk *Hand & Body Lotion* Marina bisa didapatkan di beberapa toko di Kota Bandung. Berdasarkan hasil survei pada beberapa toko kosmetik di Kota Bandung, berikut jumlah pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina tahun 2023:

**Tabel 1.12**  
**Jumlah Pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di beberapa Toko di Kota Bandung Tahun 2023**

No.	Nama Toko	Jumlah Pelanggan
1.	Toko Makeupucino	635
2.	Toko Mahmud Bandung	855
3.	Toko Lily Pratama Kosmetik	490
4.	Toko Jelita Kosmetik	580
5.	Toko Rama Sinta	550
6.	Toko Jopankar	600
7.	Toko Kosmetik Sumber Rejeki	730
8.	Toko Dian Anugerah	750
9.	Sofiabella	650
10.	PD Djasa Mekar	720
11.	Toko Sakura	650
12.	Toko RisyasShop	800
<b>Total</b>		<b>8.010</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>668</b>

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 1.12 diketahui jumlah pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina pada beberapa toko di Kota Bandung. Data tersebut diperoleh dengan wawancara salah satu staff pada masing-masing toko. Pada data di atas menunjukkan bahwa terdapat fluktuatif pelanggan atau pelanggan produk yang tidak stabil. Fluktuatif pelanggan dan menurunnya penjualan produk *Hand & Body Lotion* Marina menunjukkan kurangnya kesetiaan atau loyalitas pelanggan pada

produk tersebut, sedangkan faktor yang diduga mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Penjualan merupakan salah satu indikator dari kinerja sebuah perusahaan, semakin besar jumlah penjualan semakin baik efeknya untuk perusahaan, dan akan berdampak pula sebaliknya, semakin kecil jumlah penjualan yang didapatkan perusahaan akan semakin tidak baik untuk perkembangan perusahaan. Penjualan pada umumnya tidaklah tetap, akan tetapi akan selalu mengalami fluktuasi, datanya akan selalu naik dan turun, volume penjualan adalah salah satu indikator dari faktor yang mengikutinya.

Menurut Buchari (2021:288) jika jasa atau barang yang dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka akan terdapat kepuasan dan sebaliknya akan timbul rasa kecewa. Bila kenikmatan yang diperoleh konsumen melebihi harapannya, maka konsumen betul-betul puas dan mereka akan mengadakan pembelian ulang serta memberi rekomendasi kepada rekan-rekannya. Hal tersebut berarti tidak hanya penjualan yang menjadi indikator dari kinerja sebuah perusahaan namun kepuasan konsumen juga berpengaruh terhadap kinerja sebuah perusahaan.

Mempertahankan kepuasan konsumen menjadi faktor paling penting dalam peningkatan penjualan dan tingkat loyalitas pelanggan karena untuk mencapai suatu tingkat loyalitas, dibutuhkan rasa puas dalam pelanggan dan bila pelayanan yang didapat sesuai dengan harapan, konsumen akan cenderung melakukan pembelian produk tersebut secara berulang-ulang. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Yuda (2022) semua pelaku bisnis selalu berusaha untuk



meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pemenuhan atas harapan dan kebutuhan demi mendapatkan penambahan profitabilitas usaha.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, untuk mengetahui lebih dalam permasalahan utama pada produk *Hand & Body Lotion* Marina maka selanjutnya melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang sudah pernah melakukan pembelian (minimal satu kali) produk *Hand & Body Lotion* Marina mengenai kinerja pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2016:5) kinerja pemasaran adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berikut ini adalah data hasil kuesioner penelitian pendahuluan mengenai kinerja pemasaran *Hand & Body Lotion* Marina:

**Tabel 1.13**  
**Penelitian Pendahuluan Kinerja Pemasaran Produk *Hand & Body Lotion***  
**Marina di Kota Bandung Tahun 2023**

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
<b>Keputusan Pembelian</b>								
1.	<i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina menjadi pilihan utama saya dalam menggunakan perawatan badan	5	12	6	7	0	3,50	Baik
2.	Saya sudah mencari informasi tentang perawatan badan dan saya memilih menggunakan <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina	9	8	5	5	3	3,50	Baik
<b>Kepuasan Pelanggan</b>								
1.	Saya sangat puas dengan produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina	0	5	15	10	0	2,83	Kurang Baik

Tabel 1.13 (lanjutan)

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (5)		
2.	Saya sangat puas dengan varian produk yang ditawarkan <i>Hand &amp; Body Lotion Marina</i>	3	5	10	9	3	2,87	Kurang Baik
<b>Loyalitas Pelanggan</b>								
1.	Saya setuju untuk melakukan pembelian kembali produk <i>Hand &amp; Body Lotion Marina</i>	3	4	11	7	5	2,77	Kurang Baik
2.	Saya setuju untuk merekomendasikan produk <i>Hand &amp; Body Lotion Marina</i> kepada orang lain	3	3	8	12	4	2,63	Kurang Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 1.13 diketahui bahwa nilai terendah adalah loyalitas pelanggan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa adanya masalah pada loyalitas pelanggan *Hand & Body Lotion Marina*. Pada loyalitas seharusnya dapat menggambarkan secara sementara bahwa pelanggan loyal terhadap *Hand & Body Lotion Marina*, tetapi dalam hasil penelitian pendahuluan dinyatakan bahwa pelanggan berkemungkinan atau diduga tidak menjadi loyal dengan *Hand & Body Lotion Marina* berdasarkan faktor-faktor yang masih harus diteliti lebih lanjut.

Loyalitas merupakan sikap kesetiaan pelanggan pada perusahaan atau produk perusahaan yang muncul tanpa paksaan dan berasal dari kesadaran sendiri, seperti yang dikemukakan dalam penelitian Hariyadi et al. (2018:16) kepuasan konsumen cenderung mempengaruhi sikap konsumen, apabila konsumen merasa

puas maka konsumen akan mengatakan hal positif terhadap produk dari perusahaan yang telah digunakan, hal ini mencerminkan bahwa konsumen tersebut loyal, salah satu faktor penting bagi perusahaan adalah menciptakan kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian berkelanjutan dan ini hanya bisa dilakukan oleh konsumen yang loyal. Hal tersebut dikarenakan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang dan hubungan mutualisme yang terjalin dalam suatu waktu tertentu dengan pelanggan. Selaras dengan Kotler dan Armstrong (2018:38) yang menyatakan bahwa pelanggan yang puas lebih cenderung menjadi pelanggan yang loyal dan memberi perusahaan bagian yang lebih besar dari bisnis mereka. Sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi mengarah pada loyalitas pelanggan yang lebih besar, yang pada gilirannya menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik (Kotler dan Armstrong, 2018:39). Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses suatu usaha untuk dapat terus bertahan dan mempertahankan pelanggan yang loyal menjadi prioritas yang utama. Pelanggan yang loyal akan menggunakan produk perusahaan lebih banyak dan dalam waktu yang lebih lama (Kotler dan Armstrong, 2018:44).

Penelitian pendahuluan berikutnya dilakukan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dan dari hasil penelitian pendahuluan tersebut dinyatakan bahwa pelanggan loyal dengan adanya beberapa faktor. Menurut Lepojevic & Dukic (2018) menyatakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan, dan persepsi pelanggan. Berdasarkan hal tersebut dilakukan penelitian

pendahuluan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan kepada 30 responden yang pernah membeli (minimal satu kali) produk *Hand & Body Lotion* Marina dinyatakan dalam tabel berikut:

**Tabel 1.14**  
**Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung**

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
<b>Kepuasan Pelanggan</b>								
1.	Saya sangat puas menggunakan <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina	4	3	11	8	4	2,80	Kurang Baik
2.	Saya sangat puas dengan varian produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina	3	10	14	0	0	3,00	Kurang Baik
<b>Kepercayaan Pelanggan</b>								
1.	Saya percaya menggunakan <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina sebagai perawatan badan yang utama	4	13	7	5	1	3,46	Baik
2.	Saya percaya dengan klaim yang ada pada kemasan <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina	5	12	10	2	1	3,60	Baik
<b>Komitmen Pelanggan</b>								
1.	Saya akan menggunakan <i>Hand &amp; Body Lotion</i> meski ada produk-produk lain sejenis	7	7	7	5	4	3,26	Kurang Baik
<b>Persepsi Pelanggan</b>								
1.	Klaim yang ada pada produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina sesuai dengan ekspektasi saya	4	13	10	2	1	3,56	Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 1.14 di halaman sebelumnya menunjukkan hasil bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Hal tersebut terlihat dengan kepuasan pelanggan yang memiliki rata-rata paling rendah. Rendahnya kepuasan pelanggan mengindikasikan bahwa rata-rata pelanggan tidak puas dengan *Hand & Body Lotion* Marina. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya keluhan pelanggan pada Tabel 1.9 yang telah dipaparkan seperti di antaranya pelanggan yang merasa tidak mendapatkan efek apapun setelah pemakaian produk, kurangnya daya tahan produk dalam melembabkan kulit, adanya efek buruk setelah pemakaian seperti timbul gatal dan kemerahan, produk sulit diserap kulit dan aroma produk yang mengganggu.

Keluhan pelanggan dapat dijadikan sebagai salah satu alat pengukur seberapa besar kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2018:396) yang menyatakan bahwa untuk mengukur kepuasan pelanggan terdapat empat metode yaitu sistem keluhan dan saran, *ghost/mystery shopping*, *lost customer analysis* dan survei kepuasan pelanggan. Adanya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Popo Suryana dan Asti Mustika (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Melihat fenomena yang terjadi, maka dalam hal ini dilakukan penelitian pendahuluan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Indrasari (2019:87) yang menyatakan terdapat beberapa

faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan di antaranya yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Berikut hasil penelitian pendahuluan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dilakukan kepada 30 responden pada pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung:

**Tabel 1.15**  
**Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung**

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
<b>Kualitas Produk</b>								
1.	Kualitas produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina sangat baik	5	10	6	7	2	3,30	Kurang Baik
2.	Produk yang ditawarkan <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina sangat beragam	4	12	9	5	0	3,50	Baik
<b>Kualitas Pelayanan</b>								
1.	Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina di Kota Bandung sangat mudah didapatkan	6	19	5	0	0	4,03	Baik
2.	<i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina sering memberikan edukasi mengenai produk kepada pelanggan di Kota Bandung	5	18	7	0	0	3,93	Baik
<b>Emosional</b>								
1.	Saya merasa senang menggunakan <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina	2	18	10	0	0	3,73	Baik
<b>Harga</b>								
1.	Harga yang ditetapkan							

Tabel 1.15 (lanjutan)

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (5)		
	<i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina relatif terjangkau dibandingkan dengan produk sejenis	14	8	6	2	0	4,13	Baik
2.	Harga yang ditetapkan <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	8	12	8	1	1	3,83	Baik
<b>Biaya</b>								
1.	Saya mudah mendapatkan <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina jika merasa butuh dan merasa perlu (mendadak)	10	10	9	1	0	3,96	Baik
2.	Saya membeli <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina karena dekat dengan rumah, kampus, sekolah, kantor	10	7	8	3	2	3,66	Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 1.15 merupakan hasil penelitian pendahuluan mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung. Hasil penelitian pendahuluan yang diberi tanda kuning diindikasikan yang paling bermasalah. Tabel tersebut menyimpulkan bahwa terdapat permasalahan dari variabel kualitas produk. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan tersebut dapat diketahui bahwa yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan yang bermasalah pada *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung adalah kualitas produk. Kualitas produk menjadi salah satu konsep pemasaran

dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kenyataan apakah suatu produk yang ditawarkan oleh *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung sudah memenuhi harapan akan kualitas sehingga mempengaruhi kepuasan dan kemungkinan melakukan pembelian ulang. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Sapitri, Sampurno, dan Hayani (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Permasalahan mengenai kualitas produk pada *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung memiliki beberapa dimensi yang diduga menjadi faktor dari rendahnya penilaian pelanggan terhadap kualitas produk. Sama halnya dengan yang dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra (2016:134) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan apabila produk tersebut memenuhi harapan konsumen. Dimensi dari kualitas produk di antaranya adalah kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*), kemampuan melayani (*serviceability*), estetika (*aesthetic*), dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). Berikut hasil penelitian pendahuluan mengenai kualitas produk yang disebarkan kepada 30 responden pada pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung:

**Tabel 1.16**  
**Penelitian Pendahuluan Mengenai Kualitas Produk *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung**

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
<b>Kinerja (<i>Performance</i>)</b>								
1.	Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina aman saat dipakai	0	2	15	8	5	2,46	Tidak Baik



Tabel 1.16 (lanjutan)

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (5)		
2.	Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina nyaman saat dipakai	1	2	10	17	0	2,56	Tidak Baik
<b>Keistimewaan Tambahan (<i>Features</i>)</b>								
1.	Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina menyediakan berbagai variasi produk yang dibutuhkan konsumen	6	6	11	3	4	3,23	Kurang Baik
2.	Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina cocok untuk segala jenis kulit	0	3	8	11	8	2,20	Tidak Baik
<b>Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>								
1.	Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> sudah memenuhi kebutuhan konsumen	1	5	12	8	4	2,70	Kurang Baik
2.	Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina dapat diandalkan	3	5	11	6	5	2,83	Kurang Baik
<b>Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>)</b>								
1.	Vitamin yang terkandung dalam produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina dapat menjaga kesehatan kulit	8	7	8	2	5	3,60	Baik
2.	Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina sesuai dengan kebutuhan konsumen karena harganya terjangkau	5	7	6	4	8	2,90	Kurang Baik
<b>Daya Tahan (<i>Durability</i>)</b>								
1.	Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina memiliki aroma wangi yang lama ketika digunakan	10	8	4	5	3	3,6	Baik
2.	Jangka waktu kadaluarsa produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina relatif lama	4	24	2	0	0	4,06	Baik

Tabel 1.16 (lanjutan)

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
<b>Kemampuan Melayani (<i>Serviceability</i>)</b>								
1.	Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> sangat mudah didapatkan di Kota Bandung	10	14	5	1	0	4,60	Sangat Baik
2.	Informasi mengenai produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina dapat diketahui dengan mudah	3	18	8	1	0	3,77	Baik
<b>Estetika (<i>Aesthetic</i>)</b>								
1.	Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina memiliki bentuk yang sangat unik	1	9	15	5	0	3,20	Kurang Baik
2.	Gambar pada kemasan produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina sangat menarik	1	6	10	11	2	2,77	Kurang Baik
<b>Kualitas Yang Dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)</b>								
1.	Keunikan bentuk fisik <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina sesuai dengan kualitas produk yang dirasakan	2	11	12	5	0	3,33	Kurang Baik
2.	Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> Marina memiliki kualitas produk yang berkesan	1	8	16	5	0	3,20	Kurang Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 1.16 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa dimensi dari kualitas produk yang memiliki rata-rata rendah atau dengan kata lain memiliki kriteria yang tidak baik. Hal ini memperkuat bahwa memang kualitas produk dari *Hand & Body Lotion* Marina rendah. Bagi perusahaan, pemberian produk yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Oleh karena itu demi kepuasan

pelanggan, suatu perusahaan diharuskan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan bahkan melebihi ekspektasi agar tercipta kepuasan dan pada akhirnya loyal pada perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:272) kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas erat hubungannya dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Hal tersebut diperkuat juga oleh penelitian yang dilakukan Effendi dan Edison (2022) yang menyatakan bahwa hasil penelitiannya menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk (secara tidak langsung) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah diuraikan, dirasakan perlu untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Suvei Pada Pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung)”**.

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian**

Masalah pada hakekatnya adalah suatu keadaan yang menunjukkan adanya kesenjangan antara rencana dengan pelaksanaan, antara harapan dengan kenyataan dan antara teori dengan fakta. Penelitian pada dasarnya dilakukan guna mendapatkan data yang digunakan untuk memecahkan masalah, untuk itu setiap penelitian yang dilakukan bermula dari masalah. Identifikasi merupakan proses perumusan dari permasalahan apa saja yang akan diteliti. Sedangkan rumusan

masalah merupakan permasalahan dalam penelitian yang mencakup variabel kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian, untuk memudahkan dalam proses penelitian selanjutnya maka dilakukan proses perumusan masalah apa saja yang akan diteliti yang disebut dengan identifikasi masalah. Identifikasi masalah yang didapatkan di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Industri farmasi, obat kimia dan obat tradisional menjadi industri yang persentase kenaikan jumlah unit usahanya paling rendah di Kota Bandung selama tiga tahun terakhir.
2. Industri kosmetik memiliki persentase kenaikan jumlah unit usaha yang paling rendah di Kota Bandung selama tiga tahun terakhir.
3. Perawatan badan menjadi kategori kosmetik yang memiliki persentase paling rendah di tahun 2022.
4. Pangsa pasar produk *Hand & Body Lotion* Marina menjadi yang terendah.
5. Data top brand award menunjukkan *Hand & Body Lotion* Marina memiliki top brand index yang menurun selama lima tahun terakhir.
6. Penilaian dan ulasan produk *Hand & Body Lotion* Marina buruk.
7. Terdapat banyak keluhan pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina.
8. Data penjualan *Hand & Body Lotion* Marina menurun selama lima tahun terakhir.
9. *Hand & Body Lotion* Marina kurang diminati masyarakat Kota Bandung.

10. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan rendahnya loyalitas pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.
11. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan rendahnya kepuasan pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.
12. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan rendahnya kualitas produk *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.

### **1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas produk *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai loyalitas pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung pada *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Tanggapan pelanggan mengenai kualitas produk *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.
2. Tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.
3. Tanggapan pelanggan mengenai loyalitas pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.
4. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.
5. Besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung.
6. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung pada *Hand & Body Lotion* Marina di Kota Bandung

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan pengetahuan, inovasi, dan pembangunan dalam berbagai bidang kehidupan. Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi penulis tetapi penulisan ini juga

dapat bermanfaat bagi pihak lain, Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis di antaranya sebagai berikut:

1. Bermanfaat dalam pengembangan ilmu manajemen khususnya dalam manajemen pemasaran.
2. Bermanfaat sebagai bahan kajian bagi yang berminat untuk menindaklanjuti penelitian ini.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara praktis di antaranya sebagai berikut:

1. Bagi penulis dapat memberikan pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan *Hand & Body Lotion Marina*.
2. Bagi perusahaan diharapkan dapat membantu perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan khususnya mengenai kualitas produk *Hand & Body Lotion Marina*.
3. Bagi pembaca diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan pada bidang yang serupa.