

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Al- Qur'an surat Ali Imran ayat 159 yang berhubungan dengan kualitas pelayanan yang berbunyi:

فَمَا رَحْمَةٌ مِّنَ اللَّهِ إِنَّتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ  
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: "Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal."

Perhatian terhadap kesehatan kulit dan wajah sangatlah penting bagi banyak wanita. Hal ini karena kulit dan wajah merupakan aspek yang sangat terlihat dan mempengaruhi penampilan secara keseluruhan. Oleh karena itu, merawat dan menjaga kulit dan wajah menjadi prioritas. Tingkat kepercayaan diri wanita

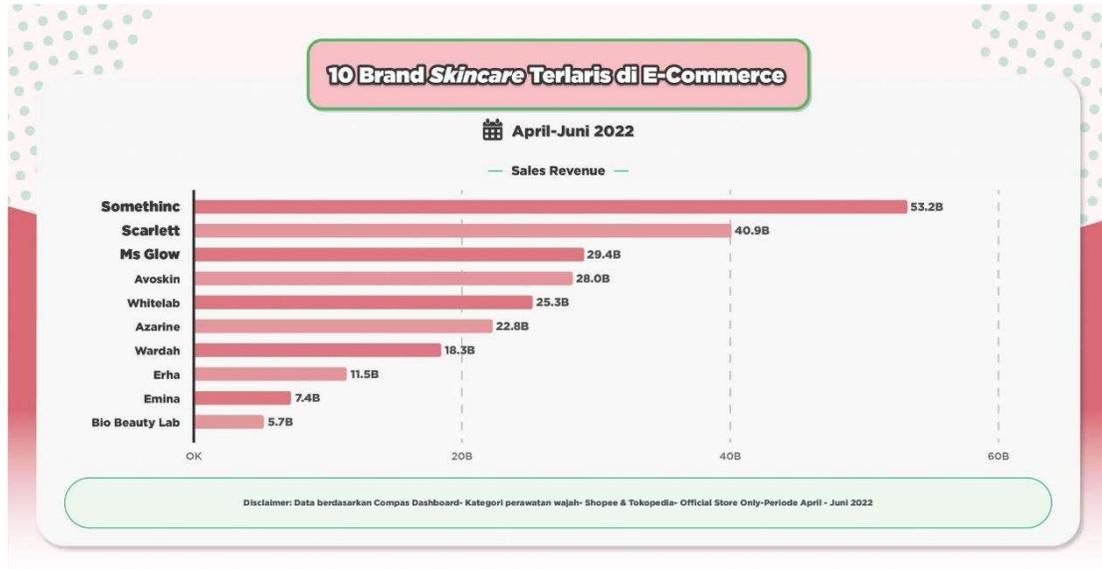
seringkali dipengaruhi oleh penampilan mereka, sehingga produk-produk perawatan kulit dan kosmetik menjadi sangat diminati.

Seiring dengan perkembangan zaman, industri kecantikan terus mengalami perkembangan yang pesat. Tingginya permintaan dari masyarakat, terutama dalam produk kecantikan, menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan produsen kecantikan. Ragam konsep kecantikan yang berbeda membuat baik perempuan maupun laki-laki merasa tidak puas dengan penampilan mereka (Wiharsari, 2017). Konsumen saat ini sangat berhati-hati dalam memilih produk kecantikan, sehingga produsen harus memahami dengan baik keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang optimal. Konsumen cenderung memprioritaskan kualitas produk yang baik dalam perawatan kulit dan penggunaan *make up* agar produk tersebut aman dan tidak merusak kulit.

Produk kecantikan tidak hanya untuk menunjang penampilan, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup yang diyakini dapat meningkatkan kepercayaan diri. Hal ini mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan produk dan meningkatkan inovasi agar dapat bersaing di pasar yang kompetitif. Tingginya persaingan industri kecantikan telah mendorong munculnya banyak *brand* baru, termasuk *brand* lokal dengan kualitas yang baik. Kehadiran produk kecantikan baru dengan *brand* lokal yang berkualitas menunjukkan bahwa industri produk kecantikan terus berkembang, salah satunya adalah “Somethinc” di Indonesia. Banyak perusahaan kecantikan kini tidak hanya menawarkan satu

produk, tetapi beragam produk yang disesuaikan dengan preferensi konsumen, melalui berbagai inovasi produk yang bervariasi.

Somethinc adalah salah satu merek yang menawarkan berbagai produk *skincare* dan *make up* yang didirikan oleh Irene Ursula dan berdiri sejak tahun 2019, dan diproduksi oleh PT. Royal Pesona Indonesia. Merek ini lahir dari kebutuhan akan produk *skincare* dan *make up* berkualitas tinggi dikalangan generasi milenial. Dengan tujuan membantu wanita tampil cantik sambil merawat kulit wajahnya, Somethinc merilis produk *skincare* dan *make up* yang berkualitas tinggi, memenuhi standar internasional, dan tetap aman serta halal digunakan. Produk pertama yang diluncurkan adalah serum yang terbuat dari *Niacinamide* dan *Beetroot*. Selain serum, Somethinc juga menghadirkan berbagai produk lain seperti pelembab, sabun cuci muka, *foundation*, *cushion*, hingga lipstik. Meskipun harganya terjangkau, produk-produk Somethinc terbukti aman dan halal digunakan baik oleh remaja maupun orang dewasa. Didukung oleh PT Royal Pesona Indonesia yang didirikan pada Maret 2019, Somethinc mendapatkan banyak perhatian dan respon positif dari berbagai pihak. Keberhasilan penjualannya sebagian besar disebabkan oleh kemasan produk Somethinc yang menarik perhatian konsumen dan tersedia dengan harga yang terjangkau.



Gambar 1.1

Penjualan *Skincare* Somethinc pada bulan

April-Juni 2022

Sumber: Dashboard compass.co.id

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa produk Somethinc berhasil menduduki posisi pertama dalam penjualan produk kategori *skincare* terlaris di *E-Commerce* secara keseluruhan di bulan April - Juni 2022. Walaupun terhitung *brand* yang masih baru, Somethinc cukup populer di kalangan *beauty enthusiast* karena memiliki kualitas pelayanan yang baik, kualitas produk yang unggul dan inovasi produk tiap tahunnya sehingga mampu memuaskan konsumen dan tetap dengan harga yang terjangkau.

Somethinc sendiri dapat meraih *top brand* karena penjualan produk Somethinc terus meningkat, dikarenakan pelanggan merasa puas. Kepuasan

pelanggan adalah kunci kesuksesan sebuah bisnis karena dapat meningkatkan profitabilitas dan memperluas pangsa pasar. Ketika pelanggan merasa puas, mereka cenderung untuk mempertimbangkan untuk membeli kembali. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas, mereka mungkin akan memilih untuk tidak bereaksi atau bahkan mengajukan keluhan terhadap masalah yang mereka hadapi (Surbakti et al., 2010). Kepuasan pelanggan berkaitan dengan sejauh mana produk dan layanan sesuai dengan harapan mereka. Dari perspektif manajerial, menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan menjadi sangat signifikan (Adhiyanto et al., 2012).

Kualitas pelayanan adalah bagian dari strategi pemasaran yang mempertimbangkan harapan-harapan pelanggan. Perusahaan berusaha untuk memenuhi dan melampaui harapan tersebut dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan Tefera dan Kistan Govender (2017), Familiar dan Ida Maftukhah (2015). Kualitas pelayanan yang optimal terjadi ketika pelayanan yang diberikan melebihi harapan konsumen. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan kurang memenuhi harapan mereka, maka kualitas pelayanan dianggap rendah atau buruk (Tjiptono, 2006).

Produk adalah segala hal yang diperdagangkan di pasar atau telah memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Adapun indikator kualitas produk menurut Schiffman dan Kanuk (2006) meliputi popularitas produk, kualitas produk yang baik, manfaat yang diberikan oleh produk, dan variasi produk yang tersedia.

Secara sederhana, inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru. Inovasi juga dipandang sebagai mekanisme perusahaan untuk beradaptasi terhadap lingkungan yang dinamis (Maino et al., 2022). Oleh karena itu, inovasi tentu akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk yang baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen (Abdjul et al., 2018). Karena inovasi mampu membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing (Alisa et al., 2021).

Dengan adanya fenomena diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Produk Somethinc Di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

3. Apakah inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

### **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan produk Somethinc.
2. Penelitian ini hanya meneliti tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan.
3. Lokasi toko berada di Mutiara Kosmetik, Jelita Kosmetik, dan CF Beauty di Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan.

## **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan penulis dengan dilakukannya penelitian ini adalah:

### 1. Bagi Akademisi

Dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan gambaran untuk dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya dan dapat dikembangkan dengan lebih sempurna serta dapat menambah literatur mahasiswa mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan.

### 2. Bagi Praktisi

Dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak terkait dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan.

### 3. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan masukan di dalam perusahaan dan memberikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan.