



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.A Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya setiap individu selalu memiliki kebutuhan dan keinginan yang bersifat biologis dan psikologis dalam kehidupannya. Untuk menjalani kehidupan, manusia harus memenuhi kebutuhan dasar seperti udara, air, sandang, pangan, dan papan. Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah kebutuhan. Kebutuhan dapat menjadi keinginan individu. Ketika diarahkan pada objek spesifik yang dapat memenuhi kebutuhan yang mungkin dapat memuaskan individu.

Di kehidupan era sekarang memberikan kemudahan dan kepraktisan untuk menjaga penampilan, salah satunya adalah penggunaan kosmetik atau kebutuhan utama sebagian wanita, karena bagi wanita kecantikan adalah asset suatu keharusan untuk menjaga daya tarik mata. Kosmetik merupakan produk yang unik karena tidak hanya memiliki kemampuan memuaskan kecantikan dasar wanita, tetapi juga menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas sosialnya di mata masyarakat.

Saat ini perkembangan kosmetik di Indonesia tergolong baik. Kosmetik saat ini telah menjadi kebutuhan manusia yang tidak dapat dianggap sebelah mata lagi. Setiap orang sangat peduli dengan penampilan mereka, dan mereka berlomba-lomba untuk mencari dan menggunakan produk perawatan untuk meningkatkan penampilan, baik untuk kulit, wajah, rambut, maupun tubuh. Berbagai upaya dilakukan untuk menjadi lebih cantik dan menarik. Wanita setiap harinya tidak dapat terlepas dari kosmetik, kebutuhan adanya kosmetik yang beraneka bentuk dengan ragam warna

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



dan keunikan kemasan serta keunggulan dalam memberikan fungsi bagi konsumen menuntut industri kosmetik semakin bersaing dalam pengembangan teknologi.

Pengembangan teknologi bertujuan untuk menghadirkan inovasi produk yang tidak hanya berfokus pada fungsi dasar kosmetik, tetapi juga pada kemudahan dalam penggunaannya. Persaingan yang semakin ketat di industri kosmetik menjadi peluang strategis untuk meningkatkan pendapatan, sehingga banyak perusahaan berlomba-lomba menciptakan berbagai inovasi guna memenuhi kebutuhan konsumen akan produk kosmetik.

Maka dari itu perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi harapan konsumen, menghasilkan produk yang berkualitas, serta menawarkan sesuatu yang unik dibandingkan pesaing kosmetik lainnya. Persaingan antar perusahaan dalam menarik minat konsumen mencerminkan kondisi tersebut. Produk yang mampu diterima oleh pasar dan memiliki daya tahan dalam proses pemasaran biasanya merupakan produk yang bernilai serta mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Berkembangnya dunia usaha di Indonesia mengakibatkan perusahaan mengalami persaingan yang semakin ketat. Hal ini ditunjukkan dengan bertambahnya usaha yang ada di Indonesia setiap tahun, salah satu usaha yang berkembang pesat adalah industri kosmetik. Semakin marak di pasaran berbagai merek kosmetik baik lokal maupun nonlokal, Beberapa merek kosmetik yang kita ketahui cukup terkenal adalah ; *Wardah, Marcks, Maybelline, Pixy, Pigeon, Make Over, Inez,viva, Loreal* dan masih banyak yang lainnya. Sehingga para konsumen harus dapat memilih produk kosmetik yang sesuai dan cocok dengan jenis kulit konsumen karena produk tersebut memiliki keunggulan- keunggulannya masing-masing.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Produk yang dijadikan sebagai objek peneliti adalah produk kecantikan merek Pixy. Pixy merupakan produk yang diproduksi oleh PT. Mandom Indonesia dimana perusahaan ini berdiri sejak tahun 1969. Berdiri dengan nama PT Tancho Indonesia, sebagai *joint venture* antara Mandom Corporation dan NV The City Factory. Pixy adalah suatu produk yang ditujukan untuk wanita Indonesia. Beragam produk yang diproduksi oleh PT. Mandom Tbk salah satunya adalah bedak. Bedak merupakan salah satu kosmetik yang paling banyak digunakan oleh kaum wanita. Selain untuk penampilan, pemakaian bedak bertujuan untuk melindungi kulit muka dari sinar ultraviolet. Bedak wajah Pixy memiliki 2 tipe bentuk yang dapat digunakan yaitu bedak padat (*compact powder*) dan bedak tabur (*loose powder*).

Bedak padat Pixy merupakan paduan sempurna antara alas bedak dan bedak yang mampu menutupi kekurangan pada wajah. Kemampuannya menyamarkan noda pada wajah memberikan hasil yang halus, lembut dan tahan lama. Penggunaan bedak padat Pixy ini juga mampu melindungi kulit dari sengatan matahari, membuat kulit cerah dan tidak berkilau. Dan Bedak tabur yang lembut dan ringan serta menyerap kelebihan minyak pada wajah. Makeup terlihat halus, tampak alami, dan bebas kilau.

Berikut ini adalah data top brand bedak di pasar indonesia dari tahun 2020-2024.

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori : Perawatan Pribadi Sub Kategori : Bedak

No	Nama Brand	2020	2021	2022	2023	2024
1	Marcks	29.50%	21.50 %	24.40%	23.00%	15.40%
2	Maybelline	6.70%	16.60%	12.80%	14.90%	13.60%
3	Pigeon	22.80%	14.30%	17.40%	13.50%	26.50%
4	Pixy	7.60%	8.50%	8.10%	9.20%	7.60%
5	Wardah	18.90%	21.20%	20.20%	20.10%	10.30%
6	Dii	14.50%	17.90%	17.10%	19.30%	26.60%



Sumber : <https://www.topbrand-award.com/>

Berdasarkan tabel diatas brand pixy pada tahun 2020 mendapatkan 7.60% mengalami peningkatan pada tahun 2021 yaitu sebesar 0.90% menjadi 8.50% lalu mengalami penurunan sebesar 0.40% menjadi 8.10% pada tahun 2020 kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2023 sebesar 1.10% menjadi 9.20% dan pada tahun 2024 mengalami penurunan yang signifikan yaitu sebesar 1.60% menjadi 7.60%.

Dilihat dari beragamnya produk kosmetik yang beredar di pasaran, baik buatan lokal maupun impor. Banyaknya pilihan kosmetik turut memengaruhi perilaku individu dalam membeli dan menggunakan produk. Pembelian kini tidak semata-mata didasarkan pada kebutuhan, melainkan lebih kepada dorongan keinginan. Kosmetik menjadi salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder sekaligus keinginan konsumen guna menunjang penampilan agar tampil lebih cantik dan menarik.

Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, mengukur kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat penting dalam menghadapi persaingan bisnis saat ini. Proses evaluasi kepuasan pelanggan membantu pelaku usaha untuk mengetahui sejauh mana pelanggan merasa puas atau tidak terhadap produk atau layanan yang mereka terima.

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap konsumen terhadap penggunaan atau pembelian suatu produk, serta pengalaman mereka dengan produk tersebut. Kepuasan konsumen adalah ekspresi kenikmatan terhadap penggunaan barang dan jasa ketika harapan dan kenyataan sejalan. Konsumen yang

menikmati keuntungan dari penggunaan barang konsumen akan lebih banyak membeli barang tersebut, menghasilkan sikap kepuasan konsumen terhadap produk.

Kepuasan konsumen adalah semacam refleksi atas penilaian seseorang terhadap kinerja produk di mana hasil produk sesuai dengan harapannya. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen adalah semacam kesesuaian antara harapan dan hasil ketika hasil yang dihasilkan jauh lebih baik dari harapan, sehingga menghasilkan kepuasan yang tinggi.

Sehingga masa sekarang ini juga bertambah luas munculnya persaingan yang sangat ketat. Dilihat dari semakin tingginya tingkat persaingan dalam dunia bisnis, dimana setiap perusahaan memiliki tujuan dalam perusahaan yaitu untuk mencapai dan meningkatkan keuntungan.



Gambar 1.1 Gambar Bedak Pixy

Tabel 1.2 Data Penjualan Kosmetik Pixy Ditembilahan

Tahun	Jaya Abadi		Pasar Tengah		Silver Kosmetik	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Semester II 2022	810 lsn	927 lsn	600 pcs	628 pcs	300 pcs	351 pcs
Semester I 2023	810 lsn	953 lsn	600 pcs	618 pcs	300 pcs	396 pcs
Semester II 2023	810 lsn	907 lsn	600 pcs	457 pcs	300 pcs	285 pcs
Semester I 2024	810 lsn	908 lsn	600 pcs	460 pcs	300 pcs	353 pcs

Sumber : Jaya Abadi, Pasar Tengah, Silver Kosmetik, 2025

Dari tabel diatas dapat disimpulkan pada toko kosmetik jaya abadi target penjualan 6 bulan adalah 810 lusin, tiap 6 bulannya mengalami gelombang penjualan yaitu pada tahun 2022 semester II terealisasi 927 lusin. Pada 6 bulan pertama tahun 2023 semester I terealisasi sebanyak 953 lusin bedak pixy, tahun 2023 semester II terealisasi sebanyak 907 lusin bedak pixy, tahun 2024 semester I sebanyak 908 lusin bedak pixy. Pada pasar tengah target penjualan adalah 600 pcs/6 bulan, pada tahun 2022 semester II terealisasi sebanyak 628 pcs, pada tahun 2023 semester I sebanyak 618 pcs, tahun 2023 semester II sebanyak 457 pcs, pada tahun 2024 semester I sebanyak 460 pcs. Pada toko silver kosmetik target 6 bulannya 300 pcs tahun 2022 semester II sebanyak 351 pcs, tahun 2023 semester I sebanyak 396 pcs, tahun 2023 semester II sebanyak 285 pcs, kemudian pada tahun 2024 semester I sebanyak 353 pcs.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA BEDAK PIXY DI TEMBILAHAN”**



## 1.B Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Bedak Pixy
2. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Bedak Pixy Di Tembilahan?
3. Apakah Emosional Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Bedak Pixy Di Tembilahan?

## 1.C Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.C.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan permasalahan diatas adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Dan Menganalisis Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Bedak Pixy Di Tembilahan.
2. Untuk Menguji Dan Menganalisis Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Bedak Pixy Di Tembilahan.
3. Untuk Menguji Dan Menganalisis Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Bedak Pixy Di Tembilahan.

### 1.C.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.  
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.  
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



## 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, penelitian ini dapat memperkaya teori tentang perilaku kepuasan konsumen, kualitas produk dan faktor emosional. Untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan faktor emosional dapat memengaruhi kepuasan konsumen.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

Manfaat dari penelitian ini bagi penulis adalah menambah pengetahuan dasar tentang sejauh mana kualitas produk dan emosional terhadap kepuasan konsumen pada pengguna bedak pixy di Tembilahan, Selain itu juga untuk menyelesaikan tugas akhir semsester.

### b. Bagi Konsumen

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan menjadi acuan dalam memilih produk bedak pixy di Tembilahan.

### c. Bagi Perusahaan/Unit Usaha

Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan/unit usaha dalam memahami tingkat kepuasan konsumen terhadap bedak Pixy di Tembilahan dan diharapkan dapat menjadi masukan bagi unit usaha kosmetik Pixy guna meningkatkan mutu,



pelayanan, dan komunikasi antara penjual dan pembeli dengan baik yang menunjang kepuasan pelanggan atau konsumen.

## 1.D Sistematika Penulisan

Umumnya sistematika penulisan ini sebagai jembatan atau kontrol penelitian yang akan dikerjakan. Itu sebabnya dibagi menjadi berapa bab, diantaranya sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini sebagai pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Bab ini berisikan tentang telaah pustaka yang menguraikan tentang berbagai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan tentang desain penelitian, lokasi dan Waktu Penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional dan pengukuran variable, pengumpulan data dan analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraikan gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Pada bab ini merupakan bagian penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang dikemukakan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

