



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. 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.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis Ritel industri kecantikan dan perawatan diri merupakan salah satu sektor yang terus berkembang pesat karena didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya penampilan, kesehatan kulit, serta gaya hidup modern yang menekankan perawatan diri berbagai inovasi produk mulai dari *skincare*, *cosmetic*, hingga layanan spa dan klinik kecantikan, menjadikan industri ini tidak hanya berfokus pada kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri dan tren gaya hidup, sehingga membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk menghadirkan produk maupun layanan yang berkualitas, aman dan sesuai dengan preferensi konsumen yang semakin beragam. Perhatian perusahaan dalam faktor harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen akan memberikan nilai lebih pada perusahaan yaitu loyalitas konsumen.

Faktor-faktor penting yang memengaruhi dalam kepuasan konsumen ialah harga dan kualitas. Harga produk dan kualitas produk berperan penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Menurut Kotler, 2012 dalam (Farhansyah et al., 2024) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Menurut Herlambang, 2014 dalam (Putri et al., 2021) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan,



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

serta atribut bernilai lainnya. Indikator atau tolak ukur sebuah kualitas produk menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu produk di pasaran dan berpengaruh langsung terhadap kinerja pemasaran. Menurut Kotler & Keller, 2018 dalam (Ismanto & Munzir, 2020) menyatakan bahwa definisi kepuasan yaitu kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersiapkan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.

Toko kosmetik merupakan salah satu bentuk bisnis ritel yang menyediakan berbagai produk kecantikan, mulai dari perawatan kulit (*skincare*), rias wajah (*make up*), perawatan rambut, hingga parfum dan aksesoris pendukung lainnya. Kehadiran toko kosmetik sangat penting karena memberikan akses langsung bagi konsumen untuk melihat, mencoba, dan membandingkan berbagai merek serta jenis produk sesuai kebutuhan mereka. Selain itu, toko kosmetik juga sering menjadi tempat edukasi kecantikan, di mana konsumen dapat memperoleh informasi mengenai cara penggunaan produk, tren kecantikan terbaru, hingga rekomendasi produk yang sesuai dengan jenis kulit atau preferensi pribadi. Dalam perkembangannya, toko kosmetik tidak hanya hadir dalam bentuk toko fisik, tetapi juga merambah ke *platform online* untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Aishwa Store merupakan salah satu toko yang menjual berbagai produk perawatan wajah, dan tubuh guna menjaga penampilan serta kesehatan kulit konsumen. Aishwa Store dimiliki oleh pasangan suami istri yakni, Bapak Elman dan Ibu Lisa yang sudah berdiri sejak tahun 2020, yang karirnya diawali dengan berjualan online melalui platform media sosial berupa facebook, whatsapp



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. 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 instagram. Produk yang ditawarkan berupa *make up*, *skincare*, *lipstick*, *sunscreen* hingga perawatan tubuh berupa *body lotion*. Dari berbagai merek produk kecantikan yang dijual di Aishwa Store berupa Hanasui, Wardah dan Glad2glow berikut merupakan perbandingan harganya:

Tabel 1 : Perbandingan Harga Produk

Merek Produk	Hanasui (Rp)	Wardah (Rp)	Glad2glow (Rp)
Cushion	80.000	85.000	99.000
Paket Skincare	135.000	234.000	183.000
Lipstik	25.000	72.000	-
Masker Wajah	25.000	25.000	56.000
Sunscreen	33.000	47.000	48.000

(Sumber: Aishwa Store, 2025)

Perbandingan dari penjualan harga produk merek Hanasui, Wardah dan Glad2glow memiliki perbandingan dalam jumlah harga yang cukup signifikan. Dengan adanya perbandingan harga produk ini guna dapat membantu konsumen dalam melakukan pembelian produk kecantikan.

Hanasui adalah salah satu merek lokal kosmetik yang diproduksi oleh PT Eka Jaya Internasional, sebuah perusahaan manufaktur kosmetik yang dimiliki oleh Ferry Firmanto. Seluruh produk Hanasui telah memperoleh sertifikat Izin produksi, sertifikasi CPKB, sertifikasi BPOM dan label Halal sehingga telah memenuhi standar keamanan dan berkualitas. Produk kecantikan Hanasui meliputi perawatan wajah, tubuh dan *make up* yang dirancang untuk meningkatkan penampilan. Hanasui memegang prinsip *cruelty free* yaitu label yang menandakan bahwa produk tersebut tidak melakukan pengujian produk



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

pada hewan. Produk yang berlabel "*cruelty free*" tidak diuji pada hewan, baik selama proses pembuatan maupun pengujian (Rosario et al., 2025)

Perusahaan kosmetik seperti Hanasui seharusnya bisa menerapkan strategi penetapan harga yang cocok dengan kualitas produknya, supaya bisa menciptakan kepuasan konsumen yang maksimal. Dalam kondisi ideal, harga produk dianggap sesuai dengan manfaat, efektivitas dan keamanannya serta bisa dijangkau oleh berbagai kelompok konsumen. Kualitas produk yang bagus baik dari segi bahan, hasil penggunaan, kemasan, maupun citra merek akan membangun kepercayaan dan kepuasan di hati konsumen. Dengan begitu, keseimbangan antara harga yang wajar dan kualitas yang cukup menjadi hal sangat penting untuk membangun loyalitas serta kepuasan konsumen terhadap produk Hanasui.

Namun, kenyataannya banyak konsumen memberikan umpan balik positif mengenai harga dan kualitas produk Hanasui. Banyak dari mereka menganggap harga produk tersebut cukup terjangkau dan sebanding dengan manfaat yang diperoleh, sehingga menghasilkan rasa nilai yang positif dan meningkatkan kepuasan pengguna. Produk Hanasui juga terkenal memiliki kualitas yang cukup baik dalam kategorinya, termasuk hasil yang nyata dari penggunaan, variasi produk yang beragam, serta kemasan yang menarik. Elemen-elemen ini berkontribusi positif terhadap tingkat kepuasan konsumen. Meski begitu, pandangan setiap konsumen tidak selalu sama, beberapa mungkin merasa tertentu tidak sesuai dengan harapan mereka. Sehingga



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

diperlukan penelitian lebih mendalam untuk menilai seberapa besar harga dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen produk Hanasui.

Berdasarkan permasalahan yang disampaikan pada latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

“Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Produk Hanasui Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Aishwa Tembilahan ”.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini adalah bagaimana Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Produk Hanasui Terhadap Kepuasan Konsumen, Mengingat kedua faktor tersebut berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan di Aishwa Store ditemukan beberapa permasalahan diantaranya:

1. Apakah harga produk Hanasui mempengaruhi kepuasan konsumen di Toko Aishwa Tembilahan ?
2. Apakah kualitas produk Hanasui mempengaruhi kepuasan konsumen di Toko Aishwa Tembilahan ?
3. Apakah harga produk dan kualitas produk Hanasui mempengaruhi kepuasan konsumen Di Toko Aishwa Tembilahan ?



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.

C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana kedua faktor berpengaruh terhadap kepuasan konsumen serta menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menetapkan strategi pemasaran yang lebih efektif .

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga produk Hanasui terhadap kepuasan konsumen Di Toko Aishwa Tembilahan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk Hanasui terhadap kepuasan konsumen Di Toko Aishwa Tembilahan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga produk dan kualitas produk Hanasui terhadap kepuasan konsumen Di Toko Aishwa Tembilahan.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan pemahaman bagi perusahaan mengenai pentingnya harga dan kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Produk Hanasui Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Aishwa Tembilahan. Serta juga diharapkan



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.

penelitian ini dapat menjadi media pengembangan ilmu yang secara teoritis telah dipelajari selama perkuliahan.

b. Manfaat Praktis

Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah yang berguna untuk mengaplikasikan ilmu mengenai harga produk, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.





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.
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

D. Sistematika Penulisan

Untuk mendapat gambaran singkat mengenai bagian-bagian yang telah dibahas dalam penelitian ini, maka peneliti mengungkapkan penguraiannya dalam sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini peneliti menguraikan tentang teori-teori yang digunakan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis dan variable penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dipaparkan mengenai gambaran umum obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dipaparkan mengenai kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN