

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang menjadi yang menjadi pasar potensial dalam menghadapi persaingan merek kosmetik yang ketat dan kompetitif. Dalam setiap perusahaan kosmetik tersebut harus memiliki keunggulan yang dapat yang dapat ditunjukkan ke masyarakat dan dapat dilihat oleh pesaing. Kosmetik sudah menjadi hal yang tak terlewatkan dari para wanita dan sudah hampir bagi para wanita kosmetik merupakan kebutuhan sehari-hari.

Saat ini era globalisasi sangat menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi setiap perusahaan, dalam keadaan tersebut dapat memunculkan persaingan yang semakin ketat, baik antar perusahaan lokal maupun dengan perusahaan nasional bahkan multi-nasional. Maka dengan ini perusahaan harus segeramemposisikan strategi pemasarannya ke arah pangsa pasar. Kualitas produk dipandang sangat penting dan juga termasuk salah satu faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam memikat konsumen untuk melakukan pembelian sekaligus memuaskan konsumen. Kepuasan akan tercapai dan dapat dinikmati konsumen apabila kualitas produk yang diberikan mampu memberikan nilai relatif terhadap harapan konsumen.

Tingkat persaingan di Indonesia setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan. Hal ini bisa terjadi karena disebabkan di setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat memperluas pangsa pasarnya sehingga mendapat konsumen baru. Dengan

adanya hal tersebut membuat perusahaan untuk bisa bersaing dalam menciptakan keunggulan dari produk yang dihasilkannya guna meningkatkan kepuasan konsumen.

Beragamnya alternatif dan pilihan produk yang tersedia di pasar dari pasaran merupakan dampak dari persaingan perusahaan yang berusaha memenangkan pasar. Semakin banyak pesaing dari suatu produk, maka semakin banyak pula alternatif pilihan bagi konsumen untuk dapat menentukan produk mana yang akan dibeli. Produk yang berkualitas tinggi merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang nantinya akan dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Persaingan yang semakin ketat dan semakin meningkatnya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap pengusaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Dengan cara itu, perusahaan mengharapkan agar konsumennya dapat loyal terhadap merek yang di produksinya¹.

Kepuasan Konsumen merupakan hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi kebutuhan konsumen. Sejak saat pandemi produk ms glow mengalami kenaikan drastis (konsumen) dibandingkan dengan produk-produk kosmetik yang lainnya sehingga penjualannya lebih dari 2juta perbulannya. Pada tahun 2020 ms glow sempat menjadi *Indonesia Best Brand Award (IBBA)* , dari sepuluh brand skincare penjualan produk ms glow meningkat drastis hingga mencapai 38,5 miliar.

Kepuasan dan ketidak puasan konsumen merupakan konsep penting yang perlu dipahami perusahaan karena dapat mempengaruhi keputusan selanjutnya. Kepuasan konsumen adalah menyatakan bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah

¹ Gaol lumban Analia, dkk. *Pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen*, Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 38 Nomor 1, september 2016, hlm 126

untuk menciptakan para konsumen puas. Kepuasan konsumen merupakan keadaan konsumen baik yang merasa puas ataupun yang merasa belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan². Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang sangat mendalam untuk membeli kembali suatu merek yang disukai secara konsisten dimasa mendatang sehingga menyebabkan pembelian merek yang sama berulang kali.

Persaingan antar pasar industri kecantikan dan kosmetik sudah semakin kompetitif. Hal ini disebabkan dengan banyaknya jenis kosmetik produksi dalam negeri dan luar negeri yang sudah beredar di Indonesia. Meningkatnya produk kecantikan di pasaran mempengaruhi minat seseorang terhadap pembelian dan berdampak kepada pembelian ulang. Pembelian suatu produk kecantikan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan saja, melainkan kosmetik sudah merupakan sebuah keinginan seperti pada saat ini.

Kabupaten Bangkalan merupakan sebuah kabupaten di pulau Madura, provinsi Jawa Timur, Indonesia. Dimana berbatasan dengan laut jawa di utara, Kabupaten Sampang di Timur serta selat Madura di selatan dan barat. Kabupaten Bangkalan terdiri atas 18 kecamatan yang dibagi lagi atas sejumlah 273 desa dan 8 kelurahan Pusat pemerintahannya berada di kecamatan Bangkalan. Kecamatan Kamal merupakan salah satu Desa yang terletak di wilayah Kecamatan Kamal, kabupaten Bangkalan. Desa Tajungan merupakan Desa yang letaknya di pesisir (pinggir laut), jarak tempuh menuju kecamatan yakni 2km, dengan waktu 10 menit. Desa tajungan memiliki 4 Dusun antara lain; Dusun Balai, Dusun Sawo, Dusun Pulo, dan dusun asem. Desa tajungan merupakan Desa yang paling padat penduduknya se-

² Alvin Marians. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kalabu, *Jurnal ilmiah Bina manajemen*. Vol 3 Nomor2, 2020,13

kabupaten Bangkalan dengan jumlah penduduknya 2.810 jiwa.

1.1 Jumlah Penduduk Desa Tajungan Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan.

RT	Jumlah KK	Jumlah Penduduk
1	199	743
2	194	702
3	191	698
4	184	667
Jumlah	786	2.810

Sumber: Monografi Kelurahan tajungan, 2020

Berdasarkan jumlah penduduk yang paling banyak terdapat di RT 1 dengan jumlah 743, sedangkan jumlah penduduk yang paling sedikit terdapat di RT 4 yakni 667.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk yang menjalankan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen Kualitas produk juga bagian dari karakteristik produk yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan ataupun tersirat.³ Mayoritas penduduk desa tajungan menggunakan produk Ms Glow yang membuat ketertarikan peneliti untuk mengetahui langsung pendapat dari masing masing masyarakat yang menggunakan produk Ms glow. Dengan ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Ms glow Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Tajungan Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan).

³ Dita Putri Anggreini, dkk. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kapuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi kasus Pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah kota Pasuruan), *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 37 No, Agustus 2016, 173

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Ms Glow di Desa Tajungan Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan?
2. Apakah tingkat kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Ms Glow di Desa Tajungan Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan?
3. Apakah kualitas dan tingkat kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Ms Glow di Desa Tajungan Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan?
4. Apakah pengaruh Kualitas dan tingkat kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Ms Glow di Desa Tajungan Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan dalam Prespektif Ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan di atas adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas secara parsial terhadap loyalitas konsumen Ms Glow di Desa Tajungan Kecamatan kamal kabupaten Bangkalan.
2. Mengetahui pengaruh tingkat kepuasan secara parsial terhadap loyalitas konsumen Ms Glow di Desa Tajungan Kecamatan Kamal kabupaten Bangkalan.
3. Mengetahui pengaruh kualitas dan tingkat kepuasan secara simultan terhadap loyalitas konsumen Ms Glow di Desa Tajungan Kecamatan Kamal Kabupaten

Bangkalan.

4. Untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas dan tingkat kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Ms Glow di Desa Tajungan Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan dalam Prespektif Ekonomi Islam

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagi akademisi

Penelitian ini dapat menjadi rujukan referensi tambahan bagi para peneliti selanjutnya sekaligus sumber referensi untuk peneliti yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

- b. Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk Ms glow sehingga perusahaan dapat menjadi lebih baik lagi kedepannya.

- c. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menjadi motivasi bagi peneliti untuk semakin semangat dalam melakukan penulisan dan memperkaya karyanya dan kepenulisannya.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibedakan menjadi lima bab antara lain:

BAB I PENDAHULUAN: Pada bagian pendahuluan membahas mengenai latar belakang rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI: Pada bagian landasan teori membahas mengenai beberapa teori yang terkait dengan penelitian penulis, seperti kualitas produk, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN: Pada bagian metode penelitian membahas mengenai metode yang hendak diterapkan dalam mengelolah data penelitian, seperti jenis penelitian, waktu dan lokasi, populasi, sampel, teknik pengumpulan data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN: Pada bab hasil dan pembahasan membahas mengenai gambaran secara inci objek penelitian dan hasil penelitian.

BAB IV PENUTUP: Pada bab penutup berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian serta saran untuk peneliti selanjutnya terkait variabel yang harus ditambahkan untuk penelitian terbaru.