

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Banyaknya produsen produk kecantikan dan perawatan tubuh yang menawarkan produk produsen *roll on* telah menjadikan tingkat persaingan antar produsen semakin meningkat. Kondisi ini membuat perusahaan harus dapat berkembang dan bertahan hidup. Untuk dapat bertahan menghadapi persaingan bisnis, maka langkah penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah mempertahankan pelanggan yang telah ada, dengan terus menggarap konsumen potensial baru agar jangan sampai konsumen meninggalkan perusahaan. Salah satu cara mendapatkan pelanggan adalah dengan memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan konsumen dari waktu ke waktu.

Persaingan bisnis yang semakin dinamis, kompleks dan serba tidak pasti, bukan hanya menyediakan peluang tetapi juga tantangan yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan untuk selalu mendapatkan cara terbaik guna merebut dan mempertahankan pangsa pasar. Setiap perusahaan berusaha untuk menarik perhatian (calon) konsumen dengan berbagai cara, salah satunya dengan pemberian informasi tentang produk. Pemberian informasi tentang produk tersebut dapat dilakukan melalui berbagai program komunikasi pemasaran di antaranya: *advertising, sales promotions, personal selling, public relations, dan direct marketing* (Kotler, 2021).

Berikut daftar merek *deodorant* terbaik, sebagaimana tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Merek *Deodorant* Terbaik Tahun 2022

No	Jenis Merek
1	<i>Nivea Black & White Clear Roll On</i>
2	<i>Rexona Men Ice Cool Roll On</i>
3	<i>Dove Deodorant Spray</i>
4	<i>Casablanca Deodorant Roll On</i>
5	<i>Axe Urban Anti-Bac Protection</i>
6	<i>Dove Ultimate Repair Antiperspirant Deodorant</i>
7	<i>Nu Skin Scion Whitening Roll On</i>
8	<i>Good Virtues Co Dependable Devoted Deodorant Roll-on</i>
9	<i>Crystal Mineral Deodorant Roll On</i>
10	<i>Sebamed Balsam Deodorant Sensitive Roll-On</i>

Sumber: <https://ceklist.id/15971/deodorant-terbaik-untuk-ketiak/>

Tabel 1.1, menunjukkan bahwa terdapat 10 merek *deodorant* yang bersaing dalam memasarkan produknya, salah satunya *Nu Skin Scion Whitening Roll On*. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertahankan tingkat kepuasan konsumen, agar konsumen tetap menggunakan produk-produk *Nu Skin Sion Whitening Rol on Deodorant Antiperspirant Deodorant*. Sebagaimana diketahui produk ini merupakan prroduk kecantikan bagi wanita merupakan hal penting yang harus dirawat dan dijaga. Wanita cantik identik dengan kulit putih, mulus dan elastis, seiring dengan keindahan wajah, dan bentuk serta lekuk tubuhnya menunjukkan kesempurnaan organ-organ tertentu, bibir sensual dan ciri-ciri lainnya. Wanita di zaman sekarang untuk tetap menjaga kecantikannya, maka memerlukan perawatan kecantikan. Salah satu perawatan yang dilakukan wanita adalah menggunakan produk *Nu Skin Sion Whitening Rol on Deodorant Antiperspirant Deodorant* bermanfaat untuk kulit ketiak, di antaranya adalah pemutih kulit ketiak apabila digunakan secara konsisten selama 34 minggu karena mengandung *antiperspirant* yang mencegah bau badan yang tidak sedap dan memutihkan ketiak yang gelap.

Permasalahan yang ada saat ini yaitu, produk deodoran yang ada dipasaran banyak yang mengandung zat-zat yang diindikasikan sebagai salah satu pencetus kanker, terutama kanker payudara, karena menyebabkan

terhambatnya pengeluaran keringat sehingga pembuangan racun tubuh ikut terhambat. Racun tersebut kemudian terakumulasi pada kelenjar getah bening dan lama-kelamaan dapat menimbulkan kanker. Salah satu contohnya adalah senyawa kimia sintetik paraben yang biasa digunakan dalam kosmetik/*deodorant*. Munculnya indikasi *deodorant* dapat menimbulkan kanker ini, menyebabkan masyarakat merasa takut dan khawatir jika menggunakan deodoran.

Beberapa alasan seorang wanita menggunakan *Nu Skin Sion Whitening Rol on Deodorant Antiperspirant Deodorant* yaitu:

1. *Hypoallergenic* dan bebas Alkohol.
2. Memutihkan atau mencerahkan ketiak.
3. Menghilangkan bau ketiak.
4. Meminimalkan keringat berlebih.
5. Menghilangkan bau badan.
6. Menghilangkan bau keringat.
7. Perlindungan aktif sepanjang waktu.
8. Membuat anda segar sepanjang hari dengan gaya hidup yang aktif.
9. Mengandung Vitamin E untuk melembabkan dan merawat kulit halus (<https://www.pusatperawatankulit.my.id/nu-skin-deodorant/>).

Produk *Nu Skin Sion Whitening Rol on Deodorant Antiperspirant Deodorant* sendiri tersedia dalam dua versi: perlindungan 24 jam dan pH *Balance* untuk dipilih sesuai kebutuhan. Bukti bahwa fungsi serta produk *Nu Skin* nyata dan dapat diwujudkan bisa dilihat pada perjalanan 15 tahun ke Indonesia. Tidak mengherankan jika *Nu Skin* menjadi produk pilihan bagi berbagai individu dan keluarga yang ingin meningkatkan taraf hidup dalam hal pendapatan, kesehatan dan penampilan.

Kani W. Soemantoro sebagai President *Nu Skin* Indonesia dan Philippines, mengatakan, “Kami tidak hanya memperkenalkan produk-produk inovatif, tetapi berupaya menjadikan bisnis yang berdampak kepada masyarakat Indonesia. Dimana penjualan ritel sebesar Rp1,5 triliun pada 2019. Meningkat 10% dari tahun sebelumnya. *Nu Skin* Indonesia sudah

menghasilkan 50.000 wirausahawan, di mana 10% di antaranya mencapai level kepemimpinan. Sejak 2010 bulan Juli, lebih dari 720 anak Indonesia menjalani operasi dengan mendonasikan total \$5 juta melalui program *Children's Heart Foundation* sebesar 28 miliar. Program ini didukung lebih dari 5.000 distributor yang mendonasikan 1 gram belanjanya setiap bulan.

Persaingan bisnis produk kecantikan yang semakin ketat, maka perusahaan harus menjaga kualitas produk dan harga. Pelanggan akan merasa puas apabila kualitas produk dan harga sesuai dengan apa yang diharapkan. Agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan dituntut untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada pelanggan tentang kepuasan pelanggan, fenomena yang terjadi yaitu kurang nyamannya konsumen pada saat proses pemesanan produk yang ditawarkan. Hal ini ruang tunggu bagi konsumen yang belum dilayani tidak disediakan seperti kursi untuk tempat duduk. Sedangkan hal lain dapat dilihat pada dimensi dukungan konsumen, fenomena yang terjadi yaitu pelanggan masih cukup puas dengan kualitas produk sehingga pelanggan menceritakan kepada konsumen lain tentang hasil produk tersebut.

Kualitas produk merupakan gambaran dari produk tersebut dapat memberikan sesuatu yang dapat memuaskan konsumen. Jika kualitas produk yang dirasakan sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasakan kepuasan. Sebaliknya, jika kualitas produk yang dirasakan tidak seperti yang diharapkan, maka kualitas produk itu buruk dan juga tidak memuaskan. Cahyono (2018), Derang (2020) dan Prayogo dan Batubara (2021) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan wawancara penulis kepada penjual dari dimensi kualitas produk pada dimensi kemampuan pelayanan (*serviceability*), fenomena yang terjadi yaitu kurangnya keramahan saat melakukan pembelian dan pelayanan yang diberikan masih kurang cepat saat melayani konsumennya.

Selain kualitas produk, harga juga merupakan bagian terpenting dalam proses jual beli, karena harga adalah alat tukar dalam transaksi. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah-ubah. Harga juga merupakan salah satu persaingan dalam memasarkan produk. bila harga tersebut terlalu tinggi maka pembeli mungkin akan mencari alternative yang lain akibat dari kurangnya dana atau uang yang dimiliki. Namun dalam hal tertentu seorang pelanggan dapat memiliki batas harga yang kerap mereka pertimbangkan. Hal itu menimbulkan sebuah asumsi dimana apabila harga dari suatu produk tersebut lebih rendah dibawah batas harga, maka akan memberikan penilaian buruk atas kualitas yang dimiliki oleh produk tersebut (Kotler, 2019). Harga seringkali digunakan sebagai pembanding jika dihubungkan dengan nilai pelanggan atas suatu produk.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok di pasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Cahyono (2018), Prayogo dan Batubara (2021), Anggraini (2019) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Bukan hanya kualitas produk dan harga, nilai pelanggan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan dianggap sebagai penilaian seluruh pelanggan terhadap kegunaan suatu produk/jasa berdasarkan persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan (Edward dan Sunil, 2011). Siwantara (2011), Pramudita dan Japarianto (2013) yang menyatakan bahwa variabel *customer value* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pengguna dengan mediasi *customer value* (Studi Penelitian Pada Pengguna *Deodorant Nu Skin* Di Pontianak). Sedangkan secara khusus penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna *Deodorant Nu Skin* Di Pontianak.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap *customer value* pengguna *Deodorant Nu Skin* Di Pontianak.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna *Deodorant Nu Skin* Di Pontianak.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap *customer value* pengguna *Deodorant Nu Skin* Di Pontianak.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer value* terhadap kepuasan pengguna *Deodorant Nu Skin* Di Pontianak.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan melalui *customer value* pengguna *Deodorant Nu Skin* Di Pontianak.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan melalui *customer value* pengguna *Deodorant Nu Skin* Di Pontianak.

1.4. Kontribusi Penelitian

1.4.1. Kontribusi Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan atau referensi, khususnya bagi pihak-pihak yang mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan kualitas produk, nilai pelanggan dan konsistensi harga, dan kepuasan konsumen terhadap deodoran Pontianak, sehingga hasil penelitian selanjutnya dapat menjadi lebih baik.

1.4.2. Kontribusi Praktis

Kegunaan praktis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Penulis, sebagai persyaratan untuk menyelesaikan tugas akhir dalam menempuh pendidikan sarjana ekonomi, serta untuk mengamalkan ilmu pengetahuan dan mendalami ilmu ekonomi yang telah didapatkan selama kuliah.
2. Untuk perusahaan penelitian ini memberikan gambaran dampak dari kualitas produk, *customer value*, serta harga terhadap kepuasan konsumen bagi produk kecantikan, yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada bisnis kosmetik *Nu Skin*.
3. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan bagi penelitian lain yang tertarik untuk mengembangkan dan menganalisis lebih jauh studi tentang hal-hal yang berkaitan.

1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian

Objek penelitian ini adalah *Deodorant Nu Skin* yang mengkaji tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pengguna dengan mediasi *customer value* (Studi Penelitian Pada Produk *Deodorant Nu Skin* Di Pontianak). Deodoran *Nu Skin* ini memberikan perlindungan dari pertumbuhan bakteri dan keringat penyebab aroma tubuh tidak sedap. Kulit ketiak dapat terlihat lebih cerah hanya dalam 3 minggu. Formulanya dijamin bebas alkohol dan lembut tanpa menyebabkan iritasi.

Deodorant Nu Skin mengandung *triclosan* untuk memberikan aroma yang segar dan bersih, kandungan ekstrak *bearberry* dan *licorice* sebagai *whitening agent* untuk ketiak dan kandungan vitamin E serta *lactic acid* untuk merawat kelembutan kulit ketiak dan tidak ada kandungan alkohol, sehingga tidak khawatir terjadi iritasi. Formulanya dijamin bebas alkohol dan lembut tanpa menyebabkan iritasi. *Deodorant* pencerah ketiak ini cocok untuk digunakan oleh pria dan wanita, dijamin bebas ketiak basah seharian.

badan. Kebanyakan *deodorant* hanya bertahan memberikan kesegaran dalam hitungan menit dan menimbulkan bau tidak sedap akibat kandungan alkohol.

4. Keunggulan lain yang pastinya membuat jatuh hati untuk setia memakai *deodorant roll-on* ini adalah aman. Penggunaan pH yang seimbang membantu tidak menimbulkan iritasi kulit dan merawat kelembutan kulit.
5. *Disclaimer*: Hasil dapat bervariasi pada tiap individu tergantung kondisi tubuh dan kesehatan pribadi.

Scion Whitening Roll-on diproduksi dari bahan-bahan yang alami dan aman, seperti:

1. *Triclosan Allantoin* yang memiliki fungsi sebagai anti bakteri dan mampu menjaga kebersihan bagian kulit ketiak. Sehingga membantu membuat tetap segar sepanjang hari.
2. Vitamin E yang memiliki fungsi untuk membuat kulit ketiak tidak gelap alias cerah.
3. Mengandung asam laktat (*lactic acid*) yang memiliki fungsi untuk menjaga kulit agar tetap lembut.
4. *Bearberry Ekstrak* yang memiliki fungsi untuk agen pemutih atau *whitening agent*.