

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian Indonesia di era ini menampilkan gambaran yang bisa dibilang kurang cerah, tetapi di era ini khususnya pandemi ini, semakin hari semakin cepat dinamikanya. Gejala yang menarik untuk diperhatikan bisa dilihat dari banyaknya perusahaan dari berbagai jenis spesifikasi pada bidang usaha.<sup>1</sup> Mengakibatkan pada era persaingan yang semakin ketat, dunia usaha dihadapkan pada masalah pemasaran, dikarenakan semakin banyaknya produk sejenis yang ditawarkan pada end user menimbulkan munculnya persaingan tajam antara perusahaan. Mengingat posisi pembeli menjadi hal penting dalam mencapai tujuan, maka perusahaan perlu mengamati dan mencermati apa itu keinginan dan kebutuhan konsumen dalam usahanya, supaya konsumen mendapatkan kepuasan maksimal terlebih juga mendapat pelanggan yang setia dalam artian terus membeli sehingga perusahaan menghasilkan pendapatan yang besar.

menurut Kotler sebagaimana dikutip oleh Novita Tri Handayani, Rasa kepuasan akan didapatkan ketika emosi seseorang berada di posisi gembira dikarenakan telah merasakan kelebihan yang telah dicoba terhadap sebuah produk.<sup>2</sup> Untuk memperoleh sebuah kepuasan harus bisa merancang trik promosi, agar tujuan usaha tercapai dan memenangkan persaingan di lapangan.

Menurut Kotler dan Keller diganti sebagaimana dikutip oleh Abdurahman, Rois Arifin, Dan Hufron, “Desain produk merupakan salah satu totalitas yang punya pengaruh dari segi tampilan, rasa dan fungsi produk

---

<sup>1</sup> Christian A.D Selang, “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado,” *Jurnal Emba* 1, No. 4 (2007): 72.

<sup>2</sup> Novita Tri Handayani, “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Green Product Sepeda Motor Honda Injection,” *Management Analysis Journal* 1, No. 2 (2012): 2.

berdasarkan sudut pandang pelanggan”. Sedangkan menurut Santon sebagaimana juga dikutip oleh Abdurahman, dkk, “Tujuan desain produk yaitu untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang tinggi dan mempunyai harga jual yang tinggi, menghasilkan dan merubah produk menjadi trend pada masanya, membuat produk dengan seekonomis mungkin dalam penggunaan bahan baku dan biaya yang dikeluarkan tidak mengurangi nilai jual produk tersebut”.<sup>3</sup>

Kotler dan Amstrong sebagaimana dikutip dari Melysa Elisabeth Pongoh, mengemukakan Harga sebagai masalah perusahaan dikarenakan harga pada dasarnya dapat mempengaruhi pendapatan. Harga menjadi pengaruh utama didalam menentukan posisi produk dan harus diputuskan sesuai dengan target pasar.

Kotler dan Amstrong sebagaimana dikutip oleh Melysa Elisabeth Pongoh, berpendapat bahwa Kualitas sebuah produk dibagi beberapa golongan, diantaranya.

### 1. **nondurable goods**

nondurable goods merupakan barang fisik digunakan dalam satu sampai beberapa kali penggunaan, atau bisa disebut barang tidak tahan lama.

### 2. **Durable goods**

Arti dari Durable goods adalah barang dengan daya tahan lama meskipun barang sudah digunakan terus menerus.

### 3. **Jasa**

Arti jasa disini yaitu produk yang tidak memiliki berwujud fisik, tidak dapat disentuh.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Abdurahman, Rois Arifin, Dan Hufon, “Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pengguna Hp Oppo (Study Kasus Di Pesantren Miftahul Huda Kepanjen Malang),” *E Jurnal Riset Manajemen* : 140.

<sup>4</sup> Melysa Elisabeth Pongoh, “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado,” *Jurnal Emba* 1 No. 4 (2013): 88.

Tiga golongan tersebut mempunyai pengaruh secara teoritis pada loyalitas pelanggan. Objek penelitian ini diperoleh dari data lapangan diambil dari salah satu Marketplace di Indonesia yaitu Shopee yang menyebutkan bahwa di dalam data pencarian Kata Kunci produk Natura Beauty Spray volume pencariannya. Seperti tabel yang tertera pada Gambar Berikut:

**Gambar 1.1**  
**Data pencarian Shopee**

Kata Pencarian	Kualitas Pencarian	Volume Pencarian	Harga Rekomendasi	Keterangan
natura beauty spray	Populer	52.735	Rp12.000	Tambah >
beauty spray	Populer	7.080	Rp10.901	Tambah >
beuty spray	Populer	7.127	Rp12.000	Tambah >

Sehingga peneliti didorong untuk membuat sebuah penelitian berjudul “Pengaruh Desain, Harga Dan Kualitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Natura Beauty Spray”.

Naturaworld Beauty Spray atau sering disebut natura beauty spray merupakan serum yang mengandung bahan utama Collagen dan Glutathione yang dikeluarkan oleh Pt. Natura Prima Beauty dan diproduksi oleh PT. Ekosjaya Prima. Fungsi dari serum ini diantaranya dapat membersihkan, menutupi noda hitam di wajah sekaligus dapat mencerahkan kulit dan memberi nutrisi kulit sehingga terlihat cerah dan dapat mengatasi masalah kulit lainnya.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> “Naturaworld Beauty Spray.” <https://www.naturaworld.co.id/>. 2 September, 2021., <https://www.naturaworld.co.id/front/naturaworld-beauty-serum>.

Di sini peneliti lebih tertarik untuk membahas brand lokal dari Indonesia yaitu Natura Beauty Spray, yang mana serum ini memiliki desain yang cukup menarik dan harga terbilang terjangkau dari pesaing pesaingnya dari luar negeri seperti Iunik Propolis, Benton Snail Bee Ultimate Serum dan d'Alba White Truffle First Spray Serum. Serta kualitasnya tidak kalah dari produk luar. Hal ini menjadi landasan pemikiran masyarakat Indonesia untuk berfikir ulang dalam membeli serum kecantikan dari luar negeri, sedangkan serum kecantikan lokal dari Indonesia juga tidak kalah kualitas desain dan harganya.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini didasarkan pada latar belakang di antaranya:

1. Apakah Desain Produk Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Natura Beauty Spray?
2. Apakah Harga Produk Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Natura Beauty Spray?
3. Apakah Kualitas Produk Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Natura Beauty Spray?
4. Apakah Desain, Harga Dan Kualitas Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Natura Beauty Spray?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini muncul dikarenakan rumusan masalah yang tertera di atas, dan digunakan untuk mengetahui sejauh mana:

1. Pengaruh Desain Produk secara individu terhadap loyalitas pelanggan Natura Beauty Spray.
2. Pengaruh Harga Produk secara individu terhadap loyalitas pelanggan Natura Beauty Spray.
3. Pengaruh Kualitas produk secara individu terhadap loyalitas pelanggan Natura Beauty Spray.

4. Pengaruh Desain, Harga Dan Kualitas Secara bersama-sama Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Natura Beauty Spray.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Pada sesi manfaat ini, dibagi menjadi dua kategori diantaranya :

##### **1. Secara Teoritis**

Hasil penelitian diharapkan agar dapat memberi ilmu pengetahuan baru, khususnya tentang pengaruh desain, harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

##### **2. Secara Praktis**

###### **a. Bagi Perusahaan**

Digunakan sebagai masukan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara memperbaiki kualitas produk sekaligus atribut lainnya.

###### **b. Bagi peneliti**

Peneliti mengharapkan supaya penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang akan datang.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Penelitian Skripsi ini disajikan menjadi beberapa Bab mulai dari Bab 1 sampai Bab 5, diantaranya:

##### **1. Bab I : Pendahuluan**

Menjelaskan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

##### **2. Bab II : Landasan Teori**

Menjelaskan Deskripsi teori apakah relevan dengan variabel penelitian. Teori yang dibahas diantaranya tentang desain, harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, hubungan penelitian terdahulu dengan penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis.

##### **3. Bab III : Metode Penelitian**

Menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel,

sekaligus desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reabilitas instrumen, lebih tepatnya.

**4. Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Menjelaskan hasil penelitian, gambaran objek penelitian, gambaran umum responden, deskripsi data, baik analisis secara deskriptif ataupun analisis mengenai hipotesis yang telah diajukan. Pembahasan selanjutnya yaitu mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**5. Bab V : Penutup**

Menjelaskan isi kesimpulan dan saran dari hasil data yang telah olah peneliti agar hasil pembuktian dari teori yang telah dilakukan bisa diketahui secara singkat.

