

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Era informasi yang sudah ada di depan mata akan menyebabkan informasi yang diterima lebih cepat oleh masyarakat. Banjirnya informasi yang datang dari berbagai macam media informasi tersebut membuat masyarakat dihadapkan pada berbagai macam pilihan kebutuhan akan produk baik barang atau jasa.

Masyarakat bebas untuk menyeleksi dan memilih berbagai macam kebutuhan dan keinginan yang dianggap paling baik. Kaum wanita adalah yang paling dominan dalam memperhatikan kecantikan mereka baik dari segi wajah maupun kulit. Terutama bagian kulit jadi mereka memilih jenis *hand and body lotion* apa yang cocok dengan kulit dan keadaan geografis tempat tinggalnya. Tapi sekarang ini tidak hanya wanita saja yang menggunakan *hand and body lotion* tetapi pria juga.

Kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli (Kotler dan Armstrong,1999:13). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli (Tjiptono,1996:147).

Kepuasan pelanggan bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif, terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli lebih senang (Kotler dan Armstrong 1999:13).

Citra adalah merek lokal di Indonesia yang mempunyai visi untuk menjadi merek perawatan kulit lengkap yang memberikan kecantikan alami secara keseluruhan. Pada tahun 2006, Citra mempunyai dua misi yaitu:

Misi pertama, Citra menginginkan Merek Perawatan Kulit Lengkap yang tercermin dari jajaran produk perawatan kulit Citra yang sudah ada. Untuk Perawatan Tubuh, Citra memiliki Citra *Hand & Body Lotion*, Citra *Liquid Soap* dan Citra *Body Scrub*. Sementara itu, untuk Perawatan Wajah, Citra memiliki Citra *Hazeline Moisturizer* dan Citra *Face Cleanser*. Citra akan terus menciptakan inovasi strategis yang berkaitan dengan konsumennya.

Misi kedua, Citra ingin membantu wanita Indonesia menyeimbangkan pikiran dan tubuh mereka. Citra sadar bahwa wanita Indonesia memiliki peran ganda dalam menjalani hidup dan ada permintaan tinggi dari masyarakat untuk wanita ini untuk menjalankan peran mereka. Dengan memiliki keseimbangan pikiran dan tubuh, wanita dapat memainkan peran dengan lebih baik dan hal ini akan membawa ke hubungan harmonis dengan masyarakat. Berdasarkan semua alasan ini, Citra meluncurkan varian wewangian aromaterapi, karena manfaat aromaterapi sudah

dikenal luas untuk membantu mengendurkan ketegangan panca indra dan menenangkan pikiran dan tubuh.

Untuk mendukung kedua misi tersebut di atas, Citra meluncurkan aktivasi Rumah Cantik Citra (RCC). RCC adalah rumah spa untuk merasakan seluruh produk Citra dalam merawat dan mempercantik tubuh dan jiwa.

Sekarang produk citra diketahui sebagai merek kecantikan dengan bahan-bahan alami dari warisan kuat budaya Indonesia, dan telah beredar di Indonesia selama lebih dari 20 tahun. Citra dikenal pertama kali sebagai merek *Hand & Body Lotion* tetapi beberapa tahun belakangan ini telah memperluas merek ke segmen lain seperti Sabun Cair, *Body Scrub*, Pembersih Wajah dan Pelembab Wajah. Konsumen sasaran Citra adalah wanita berusia 15 hingga 35 tahun yang ingin menjadi modern tanpa melupakan norma-norma sosial Indonesia. Mereka juga percaya pada kandungan yang baik untuk merawat kulit mereka yang terdapat dalam produk perawatan kulit alami.

Pasar kosmetik saat ini penuh diwarnai dengan persaingan yang ketat, tajam dan keras. Persaingan bukan cuma demi urusan adu gencar promosi tetapi juga dalam kualitas produk. Ada banyak cara yang dilakukan para pemain hingga produknya mulai diperhitungkan oleh merek lainnya. Banyaknya variasi merek dan manfaat *hand & body lotion* membuat pemasar harus tahu karakteristik dan keinginan konsumennya. Dari kondisi tersebut, diperlukan suatu studi atau penelitian mengenai keinginan dan kebutuhan konsumen akan produk *hand & body lotion* yang

diinginkannya. Penelitian ini juga ditujukan untuk menganalisa variabel-variabel kualitas yang penting untuk mengetahui kepuasan konsumen dan perlu untuk diperhatikan dan ditingkatkan performansinya dalam rangka memuaskan konsumen dan untuk dapat bersaing secara kompetitif dengan produsen *hand & body lotion* lain.

Dari kondisi yang diatas, diperlukan suatu studi atau penelitian mengenai keinginan dan kebutuhan konsumen akan produk *hand and body lotion* yang diinginkan. Penelitian ini juga ditujukan untuk menganalisa variabel-variabel, kualitas yang penting dan perlu untuk diperhatikan dan ditingkatkan performansinya dalam rangka memuaskan konsumen dan untuk dapat bersaing secara kompetitif dengan produsen *hand and body lotion* lain. Diharapkan hasil penelitian ini akan dapat digunakan untuk merumuskan suatu strategi dalam meningkatkan kualitas produk *hand and body lotion*. Maka penulis mencoba mengambil manajemen pemasaran untuk menjadikan masalah ini sebagai bahan tulis dan penulis mengambil judul “ EVALUASI TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA ATRIBUT PRODUK CITRA HAND AND BODY LOTION (Studi kasus pada mahasiswi Fakultas ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta).

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat diangkat dari penelitian ini dapat dikemukakan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat harapan kosumen terhadap atribut produk *citra hand and body lotion*.
2. Bagaimana tingkat kinerja atribut produk *citra hand and body lotion*.
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk *citra hand and body lotion*.

C. Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas dan untuk menghindari ketidakjelasan arah penelitian maka penulis memberi batasan masalah sebagai berikut :

1. Produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah Citra *Lasting Glow*-Mangir Jawa & Minyak Zaitun, Citra *Lasting Purity*-Teh Hijau Jepang, Citra *Lasting White Extra*-Bubuk Mutiara Cina, dan Citra *Lasting White*-Bengkoang pada *citra hand and body lotion* .
2. Atribut produk yang akan dibatasi pada kemasan yang meliputi warna kemasan, desain kemasan, kepraktisan kemasan, estetika penampilan, dan penampilan secara menyeluruh. Kualitas yang meliputi, keharuman produk, kelembutan/kesegaran produk, mencerahkan kulit, kelembapan kulit, dan kemampuan melindungi dri sinar matahari.

3. Obyek penelitian hanya ditujukan kepada mahasiswi fakultas ekonomi Universitas Mercu Buana yogyakarta yang menggunakan citra *hand and body lotion* .

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat harapan kosumen terhadap atribut produk *citra hand and body lotion*.
2. Untuk mengetahui tingkat kinerja atribut produk *citra hand and body lotion*.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk *citra hand and body lotion*.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam pemecahaan yang dihadapkan terutama untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi peneliti

Peneliti ini merupakan kesempatan yang sangat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman yang berharga dalam menerapkan teori-teori yang selama ini diperoleh dibangku kuliah khususnya teori dibidang pemasaran .

3. Bagi pihak lain

Sebagai bahan referensi dan pertimbangan dalam mempelajari permasalahan yang sejenis dengan penelitian ini.

F. Kerangka Penulisan

Penulisan laporan penelitian dibagi enam bab dan setiap bab akan dibagi dalam sub bab. Penyusunan laporan inidimulai dari hal yang bersifat umum menuju hal-hal yang bersifat khusus sesuai dengan tujuan penelitian .

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan observasi bisnis, manfaat observasi bisnis dan kerangka penulisan observasi bisnis.

BAB II Landasan Teori

Dalam bab ini berisi semua kandungan variable dalam observasi bisnis.

BAB III Metode Pengamatan

Dalam bab ini akan menguraikan tentang obyek penelitian, variabel penelitian, alat ukur, tehknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV : Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini akan menguraikan tentang sejarah berdirinya perusahaan, tujuan didirikannya perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi, personalia dan pemasaran perusahaan.

BAB V Hasil penelitian Dan Pembahasan

Memuat hasil penelitian pembahasan yang sifatnya terpadu

BAB VI : Kesimpulan Dan Saran

Dalam bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran ataupun masukan dari penelitian yang dilakukan.