

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan berbagai industri jasa, termasuk perbankan, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, ritel, pariwisata, dan bisnis jasa profesional lainnya, menunjukkan dinamika yang terjadi di sektor jasa. Konsumsi barang-barang di luar kebutuhan pokok seperti makanan, pakaian, dan perumahan meningkat seiring dengan kesejahteraan masyarakat. Demikian pula, kebutuhan untuk menggunakan produk jasa yang merupakan hasil dari tuntutan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan. Salah satu perusahaan yang berkembang saat ini adalah ritel. (<http://etheses.uin-malang.ac.id>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2023).

Menurut Gilbert (2003) ritel mengacu pada usaha komersial apa pun yang menggunakan keterampilan pemasaran mereka untuk secara langsung menargetkan pengguna akhir, dengan organisasi penjualan barang dan jasa yang berfungsi sebagai pusat distribusi. Perusahaan ritel pada dasarnya adalah perusahaan yang menjual produk atau jasa kepada pelanggan dalam jumlah satuan atau eceran. Pelanggan yang membeli barang atau jasa di toko ritel bermaksud untuk menggunakan atau mengonsumsinya sendiri daripada menjualnya kembali. (<https://www.hsbc.co.id>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2023).

Salah satu bisnis ritel ini adalah Toko Amanda Market. Toko Amanda Market adalah toko grosir dan eceran yang berlokasi di Jalan Blang Jruen,

Simpang Rangkaya, Kecamatan Tanah Luas, Kabupaten Aceh Utara, Aceh. Walaupun toko ini baru berdiri pada tahun 2020, namun banyak pelanggan yang datang untuk membeli di toko ini. Salah satu produk yang tergolong laris di toko ini adalah kosmetik. Karena produk kosmetik yang disediakan di toko ini tergolong lengkap sehingga banyak pengunjung yang berdatangan ke toko ini.

**Gambar 1.1**  
**Toko Amanda Market Simpang Rangkaya**



Sesuai dengan Peraturan Kepala BPOM RI No 23 Tahun 2019 kosmetik adalah bahan kimia atau sediaan yang dirancang untuk diaplikasikan pada bagian luar tubuh manusia, seperti kulit, rambut, kuku, bibir, organ genital luar, gigi, dan selaput lendir mulut, dengan tujuan utama untuk membersihkan, memberi bau harum, mengubah penampilan, dan/atau memperbaiki bau badan, serta melindungi atau menjaga tubuh dalam kondisi baik. (<https://bbpom-yogya.pom.go.id>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2023). Setiap tahunnya, bisnis kosmetik semakin berkembang berkat beragamnya produk yang diproduksi baik dalam maupun luar negeri. Menjamurnya produk kosmetik ini memiliki dampak yang signifikan terhadap cara masyarakat melihat penggunaan dan pembelian produk. Saat ini, membeli sesuatu lebih dilatar belakangi oleh keinginan dibandingkan kebutuhan.

Industri kosmetik perlu semakin terpacu untuk mengembangkan teknologi yang tidak hanya menjawab tujuan kosmetik itu sendiri tetapi juga kepraktisan penggunaannya. Hal ini karena kosmetik tersedia dalam berbagai bentuk, warna, dan gaya kemasan. (Dalimunthe, 2019).

Total penjualan kosmetik pada Januari 2022 mencapai Rp34,3 miliar dan tumbuh 39% selama dua bulan berikutnya. Hingga Maret 2022, total penjualan kosmetik wajah mencapai Rp129,1 miliar. Hal ini menunjukkan besarnya potensi pasar yang dapat digarap oleh perusahaan di sektor kesehatan dan kecantikan. Strategi penjualan terbaik dapat dilakukan dengan menganalisis data penjualan berdasarkan total penjualan produk dan membandingkannya dengan kompetitor di kategori yang sama. Mengingat kosmetik bersaing satu sama lain dalam proses penjualan, perusahaan kosmetik harus meningkatkan produknya agar dapat bersaing dengan kompetitor lain. Untuk itu, perusahaan kosmetik harus mengembangkan inovasi baru yang dapat menarik perhatian konsumen. (<https://compas.co.id>, diakses pada tanggal 5 Oktober 2023).

Salah satu toko yang menjual produk-produk kosmetik ini adalah Toko Amanda Market yang dibangun oleh Bapak Muzakir. Yang berlokasi di Simpang Rangkaya, Kecamatan Tanah Luas, Kabupaten Aceh Utara. Toko ini menyediakan banyak barang yang dijual. Bukan hanya produk kosmetik saja, produk-produk makanan juga ada dijual di toko ini. Peneliti telah melakukan observasi pada Toko Amanda Market dan melihat bahwasannya banyak orang yang datang untuk membeli produk kosmetik di toko ini. Meskipun produk yang mereka jual beragam, tetapi produk kosmetik mereka lengkap. Itulah yang

membuat konsumen merasa puas dalam berbelanja di Toko Amanda Market Simpang Rangkaya.

Menurut Kotler & Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja suatu produk dibandingkan dengan harapan mereka. Menurut Irawan (2003), kepuasan pelanggan adalah rasa terpenuhi yang berasal dari penerimaan nilai dari produsen, pemasok, atau penyedia layanan. Menurut Djaslim Saladin (2003), pengertian Kepuasan pelanggan adalah perasaan ketika seseorang membandingkan persepsi mereka tentang kinerja suatu produk dengan harapan mereka, mereka dapat menentukan apakah mereka puas atau kecewa. Ada beberapa faktor yang menyebabkan konsumen merasa puas berbelanja di Toko Amanda Market Simpang Rangkaya, salah satunya adalah kelengkapan produk.

Menurut Amstrong & Kotler (2015) kelengkapan produk adalah produk yang dibeli oleh pembeli karena kemampuannya memenuhi persyaratan tertentu atau menawarkan keuntungan tertentu. Menurut Utami (2010) kelengkapan produk mengacu pada seberapa lengkap produk tersebut dalam hal kualitas, kedalaman, dan jangkauannya serta ketersediaannya yang konstan di toko.. Sedangkan menurut Ma'ruf (2005) kelengkapan produk adalah proses memperoleh barang yang sejalan dengan operasi toko (pakaian, produk berbasis makanan, barang-barang rumah tangga, produk umum, dll., atau kombinasi dari semuanya) dan memasoknya dalam jumlah yang tepat, pada waktu yang tepat, dan dengan harga yang tepat untuk memenuhi tujuan toko atau bisnis. Sebagai data pendukung, penulis melakukan pra survei terhadap 32 orang yang merasa puas berbelanja di Toko Amanda Market, berikut hasil pra survei:

**Tabel 1.1**  
**Survei Pra Penelitian**

Pertanyaan	Ya		Tidak	
	F	%	F	%
Apakah anda pernah berbelanja kosmetik di Toko Amanda Market Simpang Rangkaya?	32	100%	0	0%
Apakah anda membeli di Toko Amanda Market Simpang Rangkaya karena kelengkapan produk kosmetik yang dijual?	27	84,4%	5	15,6%
Apakah anda merasa puas ketika berbelanja di toko Amanda Market Simpang Rangkaya?	25	78.1%	7	21.9%

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, diketahui bahwa terdapat 32 orang yang menjadi responden dalam penelitian ini. Hasil dari pra survei ini sejalan dengan fenomena yang didapatkan penulis pada saat melakukan obserbvasi pada Toko Amanda Market Simpang Rangkaya yaitu peneliti melihat bahwasannya banyak orang yang datang untuk membeli produk kosmetik di toko ini. Meskipun produk kosmetik yang dijual beragam, tetapi produk kosmetik yang dicari oleh pelanggan selalu ada. Dan berdasarkan teori Amstrong & Kotler (2015) yang menyatakan bahwa kelengkapan produk adalah produk yang dibeli konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu. Dari hasil pra survei

di dapatkan yaitu rata-rata responden menyatakan bahwasannya mereka membeli kosmetik di Toko Amanda Market Simpang Rangkaya karena kelengkapan produk yang mereka jual. Kemudian berdasarkan teori dari Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah kepuasan yang mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Dari hasil pra survei yang didapatkan yaitu rata-rata responden menjawab bahwasanya mereka merasa puas dalam berbelanja di Toko Amanda Market Simpang Rangkaya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema **“Pengaruh Kelengkapan Produk Kosmetik Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Pada Toko Amanda Market Simpang Rangkaya”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kelengkapan produk kosmetik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Amanda Market Simpang Rangkaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai sesuai dengan formulasi rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk kosmetik terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Amanda Market Simpang Rangkaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan dalam pasar globalisasi seperti sekarang ini, sehingga hasil penelitian ini dapat berguna sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
  - a. Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta mempelajari masalah-masalah yang berhubungan dengan kelengkapan produk dan kepuasan pelanggan.
  - b. Sebagai ilmu tambahan bagi penulis selanjutnya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang Administrasi.
2. Manfaat praktis
  - a. Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta meningkatkan pengetahuan.
  - b. Bagi toko untuk dapat terus meningkat kan kelengkapan produk guna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.