

# BAB I

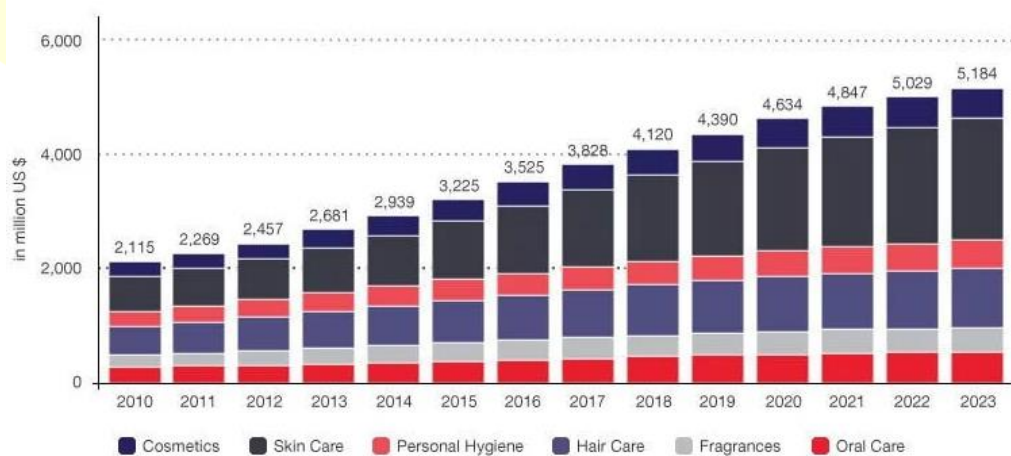
## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman yang semakin modern, gaya hidup serta penampilan menarik dan rapih merupakan hal yang sangat penting guna menunjang penampilan. Karena penampilan yang bersih dan rapih merupakan cerminan dari kepribadian orang tersebut. Maka dari itu, penggunaan skincare maupun kosmetik juga menjadi salah satu hal yang tepat dalam menunjang dan menjaga penampilan si pengguna agar tetap terjaga keindahan dan kebersihan kulitnya. Di Indonesia sendiri penggunaan skincare dan kosmetik merupakan salah satu kebutuhan yang memiliki banyak variasi, mulai dari kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Salah satunya bagi sebagian perempuan dalam menggunakan berbagai produk kecantikan untuk mendukung penampilannya agar tetap terjaga. Salah satunya yaitu dengan penggunaan kosmetik, karena dengan penggunaan kosmetik mampu menunjang kebutuhan kaum perempuan dalam berpenampilan menarik disetiap aktivitasnya, baik itu formal maupun non formal. Bagi sebagian perempuan, penampilan menarik merupakan aset yang harus dirawat agar keindahan yang dimilikinya tetap terjaga. Selain itu, penggunaan kosmetik bagi para perempuan juga dapat memperjelas identitas diri dari berbagai usia, gaya hidup, pekerjaan, kelas sosial, pendapatan, persepsi serta sikap secara sosial dimata masyarakat (Neneng Sri Patmawati & Rinaldi Syarif, 2020).

Dengan adanya hal tersebut, merupakan salah satu bentuk dari tuntutan masyarakat terhadap produsen yang bergerak dibidang kosmetik untuk menciptakan suatu inovasi baru terhadap produk yang dihasilkan agar lebih unggul dipasaran, yang berani memberikan penawaran produk dengan *Price* yang terjangkau, kualitas yang baik serta beragam produk yang *up to date* seiring berkembangnya tren dipasaran serta produk yang

berbeda dengan para pesaing. Suatu produk yang dapat diterima oleh para konsumen merupakan produk yang dapat bertahan dalam jangka yang lama, serta produk yang mampu memberikan keunggulan tersendiri yang membuat konsumen merasakan kepuasan dalam penggunaan produk. Strategi yang efektif bagi perusahaan dalam menawarkan suatu produknya dengan inovatif mampu mencapai suatu kepuasan bagi konsumen, baik itu dalam pembelian produk yang sesuai dengan kebutuhan maupun selera. Dengan terjualnya produk-produk yang dihasilkan, perusahaan akan mendapatkan laba dari penjualan yang dilakukan. Selain itu perusahaan juga harus menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen, sehingga konsumen akan merasa puas dengan produk yang telah dihasilkan, hal tersebut juga berpengaruh terhadap citra merek perusahaan yang dikenal baik oleh para konsumen di pasaran luas.



**Gambar 1.1 Diagram Prediksi  
Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia**

(Sumber : cekido.com, 2023)

Dari diagram diatas, kemajuan kosmetik menunjukkan pertumbuhan kosmetik akan terus menerus dari tahun ke tahun. Banyaknya penduduk di Indonesia terutama penduduk wanita sangatlah

besar. Di Indonesia sendiri ada berbagai macam produk kosmetik maupun skincare baik itu produk lokal maupun produk luar. Bisnis kecantikan tidak akan berhenti disaat hasil perekonomian menurun dan pembelian oleh konsumen menurun. Hal tersebut dikarenakan permintaan pangsa pasar yang sangat tinggi dan potensi pasar yang sayang untuk dilewatkan. Beberapa perusahaan besar kosmetik dari brand pesaing yang juga banyak dikenal masyarakat di Indonesia seperti produk dari Viva, Sariayu, Wardah, Make Over dan sebagainya. Produk dari brand tersebut sudah terlebih dahulu dikenal oleh masyarakat. Sehingga hal tersebut menjadi suatu tantangan bagi perusahaan dari persaingan dan peluang yang ada, dan mendorong perusahaan untuk terus berinovasi sehingga mampu memproduksi produk yang lebih berkualitas, memiliki banyak variasi, dan mampu bersaing dengan produk terdahulu maupun produk luar.

Sebagai wilayah dari Jawa Tengah, Kabupaten Kudus sangat mendukung akan peningkatan perekonomian yang ada. Yang ditunjukkan pada data perekonomian Kabupaten Kudus, yang tercatat mengalami pertumbuhan positif, yaitu sebesar 2,19 persen pada tahun 2023. Dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi dicapai oleh lapangan usaha informasi dan komunikasi sebesar 13,33%. Sedangkan dari sisi pengeluaran, kenaikan tertinggi dicatat oleh Komponen Pengeluaran Konsumsi Lembaga Non-Provit yang Melayani Rumah Tangga (PKLNPRT) yaitu sebesar 7,30% (kuduskab.bps.go.id, 2024).

Positifnya pertumbuhan ekonomi Kabupaten Kudus 2023, memberi dampak positif terhadap masyarakat dan ditandai dengan semakin meningkatnya pertumbuhan konsumsi rumah tangga yang mencapai 5,71%. Selain itu PDRB perkapita tahun 2023 warga kudus meningkat sebanyak 4,8 dibanding tahun sebelumnya. Ini tentu diharapkan menjadi gambaran semakin membaiknya pendapatan masyarakat Kudus.(Murianews.com, 2024). Dari semakin membaiknya pendapatan masyarakat di Kabupaten Kudus yang mengalami peningkatan daya beli

masyarakat serta pertumbuhan, yang membuat penulis menentukan bahwa Kabupaten Kudus digunakan sebagai objek pada penelitian ini.

Salah satu perusahaan dalam industri kosmetik di Indonesia yang merupakan pendatang baru produk kecantikan yaitu PT Implora Sukses Abadi, yang mana pada tahun 2002 bernama CV Priskila Mandiri Utama yang hanya menjalankan bisnis parfum. Seiring berjalannya waktu dan perubahan tren pada kebutuhan wanita, pada tahun 2017 merupakan puncak kesuksesan CV Priskila Mandiri Utama dalam mengembangkan perusahaan dan mengubah namanya menjadi PT Implora Sukses Abadi, yang mana perusahaan tersebut berinovasi dengan menciptakan produk dekoratif seperti lipstik padat, bedak wajah, eyeshadow (www.implora.co.id, 2022).

Produk kosmetik dari Implora terbilang cukup lengkap, mulai dari *face makeup*, *eye makeup*, hingga *lip makeup*. Untuk produk Implora jenis *face makeup* terdiri dari *foundation*, *compact powder*, *two way cake*, dan *blush*. Untuk jenis produk *eye makeup* implora juga menawarkan beragam produk seperti pensil alis, *eyeshadow*, *eyeliner*, hingga maskara. Dan untuk jenis produk riasan bibir terdapat *lip crayon*, *lip cream*, hingga *lip tint* yang cukup populer dikalangan *beauty enthusias* dan yang paling banyak mendapat respon baik yaitu produk Urban Lip Cream Matte. Produk tersebut diterima dengan sangat baik dikomunitas kecantikan. Urban Lip Cream Matte hadir dengan kualitas ya baik serta Price yang sangat terjangkau, sehingga mampu menjadi sahabat para kaum wanita. Implora juga tidak hanya berfokus pada produksi dekoratif dan parfum, perusahaan juga terus berinovasi untuk terus menciptakan produk-produk yang mampu memberikan solusi sesuai kebutuhan konsumen seperti dengan terciptanya produk parfum, *skincare*, handsanitizer dan disinfektan pada industri personal care (my-best.id, 2022).

Produk pertama yang diluncurkan dalam kategori *skincare* yaitu *face serum*. Dalam peluncuran produknya ini Implora mendapatkan respon yang sangat luar biasa bagus, pada hari pertama peluncurannya Implora mampu menjual produknya lebih dari 10.000pcs *face serum*. Produk-produk yang dihasilkan oleh Implora merupakan hasil inovasi akan kebutuhan perempuan indonesia yang memiliki keaneka ragaman ras yang memiliki warna kulit, betuk wajah, warna dan bentuk rambut yang berbeda, tubuh yang berbeda dan ciri khas yang berbeda. Dengan produk-produk yang dimilikinya serta berbagai warna yang *trendy* dan *girly* yang terlihat *fresh*, aktif dan sederhana (Ayu Puji Lestari, 2021). Adapun ungkapan “Beauty is not about race, age, gender, race or sexual orientation. Beauty belongs to everyone, it encourages us to create cosmetics of the highest and can be enjoyed by all women”- Go Wie Liem yang mana makna dari ungkapan tersebut yaitu “Kecantikan bukan tentang ras, usia, jenis kelamin, ras atau orientasi seksual. Kecantikan adalah milik semua orang, itu mendorong kita untuk menciptakan kosmetik dengan kualitas terbaik dan dapat dinikmati oleh semua wanita” – Go Wie Liem(www.implora.co.id, 2022).

Pada tahun ini Implora berhasil meluncurkan produk baru diantaranya yaitu Implora Hair Colour, Nail Colour, Implora Seamless Liquid Foundation, Implora Lip Crayon Satin dan Implora Velvet. Implora percaya bahwa dengan berfokus pada konsumennya yakni memberikan produk berkualitas, aman, legal, dan Price yang terjangkau akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan campaign #ApprovedByMe dari Implora yang berupaya agar produk-produknya dapat dinikmati dan di APPROVED seluruh kalangan (Ayu Puji Lestari, 2021). Sesuai dengan misi yang dimiliki Implora yaitu “Actively innovating to provide high quality and affordable personal care produt to enhance individual self-confidece and appearance” yang mana memiliki arti “Aktif berinovasi untuk menyediakan produk perawatan

pribadi berkualitas tinggi dan terjangkau untuk meningkatkan kepercayaan diri dan penampilan individu” (implora.co.id, 2022).

Tingginya peminat kosmetik ini menjadikan banyaknya perusahaan kosmetik kompetitor menciptakan berbagai macam produk untuk menarik minat konsumen. Maka dari itu perusahaan Implora harus terus menciptakan suatu inovasi agar tetap dapat mempertahankan para konsumennya, seperti dengan meningkatkan kualitas dari produknya. Karena semakin baik *Product Quality* yang dihasilkan maka akan mempengaruhi kepuasan pada para konsumen sehingga mampu membentuk para konsumen loyal yang merasa puas dengan adanya produk tersebut. *Customer Loyalty* sendiri merupakan hasil nyata yang diperoleh dari *Customer Satisfaction* terhadap produk. Ketika konsumen loyal, para konsumen tersebut sudah pasti merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh produk maupun jasa yang telah dibelinya. Karena apabila produk atau layanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan maka hal tersebut akan menjadikan para konsumen tersebut menjadi pelanggan dimasa mendatang. *Customer Loyalty* dapat diartikan sebagai bentuk dari sikap dan perilaku konsumen terhadap penggunaan produk maupun jasa sebagai pengalaman dari penggunaan sebelumnya. Sehingga jika konsumen merasa mendapatkan manfaat dan kepuasan dari pembelian tersebut, maka akan mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut dan menciptakan konsumen yang loyal.

*Product Quality* sendiri merupakan usaha agar mampu memenuhi bahkan melebihi harapan para penggunanya. Dengan kualitas yang sesuai atau bahkan melebihi dengan harapan konsumen, yang dimana kualitas itu sendiri terkadang dapat berubah yang disebabkan oleh perubahan selera konsumen pada waktu-waktu tertentu. Sedangkan produk merupakan sesuatu yang dapat dijual, dimiliki, dipakai, maupun dikonsumsi sesuai dengan fungsinya guna memenuhi kebutuhan maupun keinginan

penggunanya. Kualitas biasanya berkaitan dengan manfaat serta fungsi yang diperoleh dari penggunaan suatu produk maupun jasa (Rani Sifyana Indraswari, 2018).

*Product Quality* dari Implora sendiri juga sangatlah mengesankan karena semua produk yang telah dihasilkan oleh Implora sudah memenuhi persyaratan dan sudah tersertifikasi di BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) sehingga para penggunanya tidak perlu khawatir akan bahaya produk yang dihasilkan oleh Implora (my-best.id, 2022). Dengan kualitas yang terjaga, Implora mampu menghasilkan produk yang berkualitas dengan *Price* yang terjangkau. Selain itu, Implora juga mampu membuktikan bahwa *Product Quality* yang dimilikinya memiliki daya tahan yang cukup baik, seperti pada produk lipstick atau lipcreamnya yang mampu bertahan cukup lama meski sudah dipakai lebih dari lima jam, warna yang dimiliki lipstick maupun lipcreamnya belum berubah ataupun luntur. Yang mana hal tersebut tentu akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Implora juga menghadirkan banyak varian pada produk-produk yang dihasilkan seperti pada produk Lipcream Matte yang memiliki 6 varian warna, mulai dari warna nude sampai warna yang paling terang. Warna-warna yang ditawarkan oleh Implora sangat cocok digunakan di negara tropis seperti Indonesia (Arabelle, 2021).

Dibalik semua kelebihan *Product Quality* yang dimiliki, terdapat juga beberapa kelemahan dari *Product Quality* yang banyak dikeluhkan oleh para pengguna produk Implora, terutama pada penggunaan lips produk diantaranya yaitu,



Table 1.1

Keluhan Konsumen Terhadap *Lips* Produk Implora

| No. | Keluhan Konsumen                                        | Keterangan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Warna yang tidak konsisten dengan variasi yang tersedia | Warna yg di kirim beda jauh sama yg di foto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 2.  | Tekstur produk yang lengket dan tidak konsisten         | warna nya udah sesuai tapi kecewa banget sama teksturnya, mentang <sup>2</sup> murah jadi keliatan barang kw banget                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 3.  | Tekstur yang membuat bibir kering                       | ini warnanya cantik sekali yang 01. nudenya pas di kulit aku yang sawo matang. hanya saja cepat kering dan teksturnya kasar. ga cocok untuk tipe bibir kering kaya aku                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 4.  | Produk cepat kering meski didalam kemasan               | <b>Warna-warna lipcream implora emang cantik-cantik parah, dan gak ada yang nyamain. Cuman kenapa ya lip creamnya suka cepet kering di botolnya? Jadi susah buat dipake padahal masih banyak..</b>                                                                                                                                                                                                                                    |
| 5.  | Produk membuat bibir hitam                              | pernah pake cobaa ini lipcream tapi setelah itu nggak aku pake lagi karena dibibir aku setelah pake lipcream ini jadi kering 😞😞 pigment sih tapi ya itu tadi gampang bikin bibir kering plus hitam                                                                                                                                                                                                                                    |
| 6.  | Produk mudah tumpah                                     | Packaging nya luber-luber gitu kalo di buka aku sering pake ke sekolah, tapi cuma satu titik doang dah keliatan warnanya, tapi sedikit buat kering gitu                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 7.  | Produk tidak tahan lama                                 | Warnanya bagus tapi nggak tahan lama jadi harus selalu reapply. Baunya wangi sih, texture nya watery. Ringan banget dipakai. Bakalan repurchased warna lai                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 8.  | Produk sulit tercampur atau menempel pada bibir         | Jujur agak kecewa, karena liat review bagus dimana-mana ternyata zonk. Okay for affordable price nih gabisa berharap banyak. Pigmentasinya memang bagus, tapi ngga bisa nempel baik di bibir maupun di pipi, aku coba buat dipake di pipi malah stain-nya rata ke jari tangan. Aku coba ombre dengan lip matte yg nude, ngga bisa rata juga, so it's not my lip texture fault, cause i've tried some lip base for making a layer lip. |
| 9.  | Aplikator pada produk mudah terlepas                    | Lip brushnya copot di dlm                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 10. | Sulit membedakan dengan produk tiruan                   | Lip blush nya beda dg yang saya beli di official implora shoppe. Dan warnanya sedikit lebih gelap dari yang biasanya. Gak tau ini KW atau gimana. Tapi agak rada takut makenya                                                                                                                                                                                                                                                        |

Sumber: www.Sociolla.com (2022)



Selain kelemahan yang telah dijabarkan diatas, lipstick Implora cukup mudah untuk dibuat tiruannya oleh oknum yang tak bertanggung jawab. Yang menjadikan para konsumennya harus lebih berhati-hati ketika akan membeli produk dari Implora, dan para konsumen harus bisa membedakan produk yang asli dengan produk tiruan (www.Sociolla.com, 2022)

Kelebihan lain yang dimiliki oleh Implora yaitu *Price* yang ditawarkan sangat terjangkau bagi semua kalangan di masyarakat. Meski *Price* yang ditawarkan sangat terjangkau Implora juga mampu membuktikan bahwa *Product Quality* yang dimilikinya memiliki daya tahan yang cukup baik, seperti pada produk lipstick atau lipcreamnya yang mampu bertahan cukup lama meski sudah dipakai lebih dari lima jam, warna yang dimiliki lipstick maupun lipcreamnya belum berubah ataupun luntur. Yang mana hal tersebut tentu akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para penggunanya (Arabelle, 2021).

Adapun perbandingan *Price* Implora dengan produk pesaing lain yang mana Implora berani menawarkan *Price* yang lebih terjangkau mulai dari kisaran harga Rp. 18.000 an. Berbeda dengan brand terdahulu yang masih menawarkan harga produk-produknya dengan harga yang lebih tinggi. Seperti pada produk kosmetik bibir pada produk lain yang masih menawarkan produknya dengan *Price* yang berkisar Rp. 40.000,- dengan formula yang ditawarkan hampir sama dengan produk dari Implora. Sehingga membuat para penggunanya lebih menghemat, karena dengan *Price* yang ditawarkan para konsumen mampu membeli maupun mengkoleksi semua varian warna yang disukai. Adapun keuntungan lain yang dimiliki dari *Price* yang ditawarkan yaitu mampu dijual kembali. Bagi beberapa orang yang memiliki jiwa bisnis yang sangat tinggi akan tetapi masih bingung dengan bisnis apa yang akan dijalankan. Para pelaku usaha dapat mencoba untuk menjual kembali produk-produk yang ditawarkan oleh Implora, karena dengan *Price* yang ditawarkan dominan

rendah para pelaku usaha dapat mengambil keuntungan dari *Price* yang ditawarkan (cewekbanget.id, 2020).

**Table 1.2**

**Perbandingan Harga Produk Implora dengan Produk Pesaing**

| <b>Produk Implora</b>     | <b>Harga Implora</b> | <b>Harga Wardah</b> | <b>Harga Emina</b> |
|---------------------------|----------------------|---------------------|--------------------|
| Implora Intense Matte     | Rp. 20.000           | Rp. 50.000          | Rp. 63.000         |
| Implora Lip Crayon        | Rp. 20.000           | Rp. 51.500          | Rp. 39.500         |
| Implora Lip Velvet        | Rp. 23.000           | Rp. 67.150          | Rp. 52.000         |
| Implora Cheek & Lip tint  | Rp. 22.800           | Rp. 48.500          | Rp. 35.400         |
| Urban Lip Cream Matte     | Rp. 24.000           | Rp. 58.650          | Rp. 50.000         |
| Implora Jelly Tint        | Rp. 24.500           | Rp. 54.400          | Rp. 50.000         |
| Implora Lip Moist Serum   | Rp. 19.000           | Rp. 28.000          | Rp. 42.500         |
| Implora Lip Moist Essence | Rp. 19.000           | Rp.28.500           | Rp. 41.650         |

Sumber: [www.implora.co.id](http://www.implora.co.id); [www.wardahbeauty.com](http://www.wardahbeauty.com); [www.eminacosmetics.com](http://www.eminacosmetics.com) (2023).

Dapat dilihat dari tabel yang diatas, yang menunjukkan bahwa Implora berani menawarkan *price* pada produknya dengan harga yang relatif terjangkau bagi semua kalangan masyarakat meluas. Berbanding jauh dengan *price* yang ditawarkan oleh merek pesaing yang masih memperjual belikan produknya dengan *price* lebih tinggi dengan kualitas serta produk yang hampir sama. Sehingga hal tersebut menjadikan suatu keunggulan yang dimiliki Implora pada *price* yang belum tentu dimiliki oleh merek lain.

Meskipun kelebihan yang dimiliki Implora dalam menawarkan *Price* sangat unggul, adapun kelemahan yang dimiliki pada *price* yaitu

produk Implora juga masih sangat rentan terhadap pemalsuan produk seperti yang telah dilansir pada (Tibun Jatim, 2022) yang menunjukkan bahwa Implora telah mengalami kerugian hingga mencapai ratusan miliar akibat dari pemalsuan merek dari produk Implora oleh para oknum yang tidak bertanggung jawab. Sehingga menjadikan para konsumen masih sering meragukan produknya, karena Implora berani menawarkan produk yang dihasilkan dengan *price* yang terbilang cukup murah, yang hanya berkisar mulai dari harga 20 ribuan keatas, *price* murah dinilai masyarakat memiliki kualitas yang kurang baik sehingga masih banyak yang meragukan serta mempertimbangkan produk sebelum melakukan pembelian (Aplik.org, 2023). Meski Implora berani menawarkan produknya dengan *price* yang sangat terjangkau, *product quality* dari Implora juga tak kalah jauh dari produk lainnya. Serta telah memenuhi persyaratan dan sudah tersertifikasi di BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) sehingga para penggunanya tidak perlu khawatir akan bahaya produk yang dihasilkan oleh Implora (my-best.id, 2022).

*Research gap* merupakan suatu kondisi yang menunjukan terjadinya inkonsistensi antara hasil penelitian yang sudah diformulasikan dengan semua data yang mendukung.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu Putu Dian Savitri & Imade Wardana (2018) menunjukkan bahwa *Product Quality* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Artinya semakin tinggi *Product Quality* maka akan mampu meningkatkan *Consumer Satisfaction* pada pengguna produk *Oriflame*. Penelitian tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aris Budiono (2021) yang memperoleh hasil tidak adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Product Quality* terhadap *Consumer Loyalty*.

Menurut Neneng Sri Patmawati & Rinaldi Syarif (2020) pada hasil penelitiannya mengenai pengaruh *Price* terhadap *Consumer Satisfaction*

menunjukkan bahwa *Price* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh secara persial dan signifikan pada Outlet Emina di Mall Kota Kasablanka. Berbeda dengan hasil penelitian Maulidia Adinda Pramesti & Uswatun Chasanah (2021) menunjukkan hasil *Price* tidak berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction*.

Menurut Tri Wijayani & Bono Prambudi (2020) pada hasil penelitiannya mengenai pengaruh *Product Quality* terhadap *Consumer Loyalty* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Product Quality* terhadap *Consumer Loyalty*. Penelitian tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aris Budiono (2021) yang memperoleh hasil tidak adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Product Quality* terhadap *Consumer Loyalty*.

Menurut Novie Putri Anggraini & Sri Suryoko (2018) pada hasil penelitiannya mengenai pengaruh *Price* terhadap *Consumer Loyalty* menunjukkan bahwa variabel *Price* berpengaruh dan signifikan terhadap *Consumer Loyalty* pada konsumen kosmetik Sariayu di Kota Semarang. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agung Firdausi Ahsan & Lukmandono (2021) yang menunjukkan hasil bahwa *price* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Consumer Loyalty*.

Menurut Erlinda Tehuayo (2020) pada hasil penelitiannya mengenai *Consumer Satisfaction* terhadap *Consumer Loyalty* menunjukkan bahwa variabel *Consumer Satisfaction* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Consumer Loyalty*. Yang artinya bahwa konsumen merasa puas dan berdampak positif bagi konsumen untuk menjadi konsumen yang loyal terhadap klinik kecantikan Natasha Skin Care yang berada di Ambon. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Nurana Nopitasari et. Al (2024) yang menunjukkan hasil bahwa *Consumer Satisfaction* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Consumer Loyalty* yang menunjukkan bahwa *Consumer Satisfaction* tidak

mampu mendorong *Consumer Loyalty* pada penggunaan produk kosmetik Makeover di Kelurahan Pulogadung.

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perlu dilakukannya upaya untuk melakukan penelitian terhadap objek dan populasi yang berbeda. Objek pada penelitian ini yaitu pada produk Implora, dan populasi pada penelitian ini yaitu konsumen produk Implora yang berada di Kabupaten Kudus. Adapun judul pada penelitian ini yaitu “Pengaruh *Product Quality* dan *Price* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus pada Konsumen Produk Implora di Kabupaten Kudus”

## 1.2. Ruang Lingkup

Penelitian ini merupakan salah satu kategori penelitian manajemen yang berfokus pada pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian, yaitu untuk mengetahui pengaruh pada tiap variabel terhadap konsumen produk Implora Kosmetik. Adapun ruang lingkup yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Dari tiap Variabel Eksogen pada penelitian ini diantaranya *Product Quality* dan *Price*, terdapat pula Variabel Endogen yaitu *Customer Loyalty* dan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening.
2. Responden pada penelitian ini yaitu para pengguna produk Implora yang ada di Kabupaten Kudus
3. Penelitian dilakukan selama 1 bulan setelah proposal disetujui, yaitu pada bulan Agustus tahun 2023.

### 1.3. Perumusan Masalah

Beberapa masalah yang ada pada produk Implora antara lain:

1. Berdasarkan tabel 1.1 yang menunjukkan bahwa *product quality* yang dimiliki Implora masih memiliki berbagai macam keluhan yang didukung dengan adanya permasalahan pada variabel *product quality* yang bersumber dari [www.sociolla.com](http://www.sociolla.com) seperti ketahanan produk yang masih kurang, warna produk yang tidak konsisten dan lain-lain, meski tidak semua pengguna produk memiliki permasalahan tersebut.
2. Permasalahan lain yang terjadi pada variabel *price* yaitu tidak semua masyarakat khususnya pada kelas bawah mampu membeli produk implora sesuai dengan apa yang diinginkan, serta masih rentan terhadap pemalsuan produk oleh oknum tak bertanggung jawab dan produk yang masih sering diragukan karena *price* yang ditawarkan relatif murah. Yang mana masyarakat biasanya berpikiran bahwa *price* murah hanya mampu memberikan kualitas yang kurang sesuai yang didukung dengan adanya sumber dari [www.TibunJatim.com](http://www.TibunJatim.com).

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka pertanyaan peneliti sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Implora di Kabupaten Kudus?
2. Bagaimana pengaruh *Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Implora di Kabupaten Kudus?
3. Bagaimana pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Implora di Kabupaten Kudus?
4. Bagaimana pengaruh *Price* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Implora di Kabupaten Kudus?

5. Bagaimana pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Implora di Kabupaten Kudus?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Implora di Kabupaten Kudus
2. Menganalisis pengaruh *Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Implora di Kabupaten Kudus
3. Menganalisis pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada konsumen Implora di Kabupaten Kudus
4. Menganalisis pengaruh *Price* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Implora di Kabupaten Kudus
5. Menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada konsumen Implora di Kabupaten Kudus

#### 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis, khususnya dalam ilmu pengetahuan bidang pemasaran, yaitu sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sarana atau bahan rujukan bagi para peneliti selanjutnya untuk menambah ilmu, pengetahuan, informasi serta pengalaman secara teoritis yang membahas tentang *Product Quality* dan *Price* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* pada Konsumen Produk Implora di Kabupaten Kudus.

##### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi kepada perusahaan Implora serta memberikan perhatian lebih terhadap *product quality*, *price*, dan *customer satisfaction* sebagai upaya dalam meningkatkan *customer loyalty*.