

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin pesat membuat pelaku bisnis mempertimbangkan untuk menerapkan standar kualitas produk untuk mempertahankan produknya agar dapat bertahan di pasaran (Novel, 2021). Dengan demikian, kualitas produk akan memicu konsep harga yang lebih luas dari itu (Syaifah, 2023), salah satu industri yang berkembang pesat dan memiliki daya saing pasar adalah produk kecantikan.

Heri *et al* (2022) Belakangan ini produk kecantikan lokal makin digemari oleh masyarakat Indonesia. Hal tersebut seiring dengan pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia. Industri kosmetik Indonesia saat ini berkembang secara signifikan. Ini terjadi meskipun pandemi COVID-19 telah terjadi dalam dua tahun terakhir. Setiap tahun, tren produk kecantikan berubah akibat viralnya produk tersebut di media sosial dengan beragam testimonial. Bahkan banyak konsumen yang sedang mencari rekomendasi produk *skincare* yang sedang viral. Seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen akan bahaya kosmetik sintetis, preferensi konsumen pun bergeser untuk membeli kosmetik ramah lingkungan. Terlepas dari peningkatan preferensi untuk kosmetik, ada kelangkaan studi tentang pengalaman pembelian dan perilaku kosmetik atau produk perawatan pribadi (Jae, 2021). Banyaknya produk yang viral membuat konsumen membuat pilihan terhadap produk kecantikan seperti produk Wardah, Loreal, Ponds, Somethic, Avoskin, Scarlett Whitening, dan masih banyak lagi. Tingginya minat

merawat kulit wajah membuat tren skincare menjadi *booming* bahkan dikalangan perempuan (Setyardi, 2022). Fenomena masalah yang sering dialami oleh seseorang adalah adanya kulit wajah berminyak.

Faktor yang memicu kulit berminyak adalah gaya hidup, pola makan, dan lain sebagainya. Melakukan perawatan yang tepat tentunya sangat diperlukan untuk menjaga kesehatan kulit dan mengusir minyak berlebih, salah satunya dengan menggunakan *facial wash* (Sitorus et al, 2019). *Facial wash* merupakan jenis sabun yang digunakan untuk membersihkan area wajah, sehingga mampu mengangkat kotoran dan minyak secara menyeluruh pada wajah (Faizah, 2019). Salah satu *brand facial wash* besar yang ada di Indonesia adalah produk Ponds.

Ustazah, & Prabowo (2023) Ponds memasuki pasar Indonesia pada tahun 1980-an, saat produk perawatan kulit mulai mendapatkan perhatian yang lebih besar dari konsumen. Merek ini awalnya dikenal dengan produk krim dan salep yang memiliki manfaat dermatologis. Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya perawatan wajah, Ponds mulai memperkenalkan varian pembersih wajah, termasuk *facial wash*. Peluncuran *facial wash Ponds* di Indonesia merupakan respons terhadap kebutuhan konsumen yang mencari solusi efektif untuk membersihkan kulit wajah dari debu, minyak, dan kotoran. Ponds menawarkan produk yang dirancang untuk berbagai jenis kulit, termasuk kulit berminyak, kering, dan sensitif. Formula yang lembut dan efektif membuat produk ini cepat diterima di pasar.

Berbagai kelebihan pada *facial wash* yang dimiliki oleh Ponds tidak mampu mempertahankan loyalitas konsumen terhadap merek Ponds, hal itu dijelaskan

pada data *Top Brand Index* produk *facial wash* sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Data Top Brand Index Produk Facial Wash

Nama Produk	2020	2021	2022	2023	2024
Ponds	21.00	18.30	19.40	17.80	16.50
Garnier	19.60	17.80	18.60	17.10	14.30
Dove	7.40	-	-	4.00	7.30
Clean&Clear	12.90	10.80	11.50	9.40	9.90
Biore	17.70	11.20	13.80	9.90	11.30

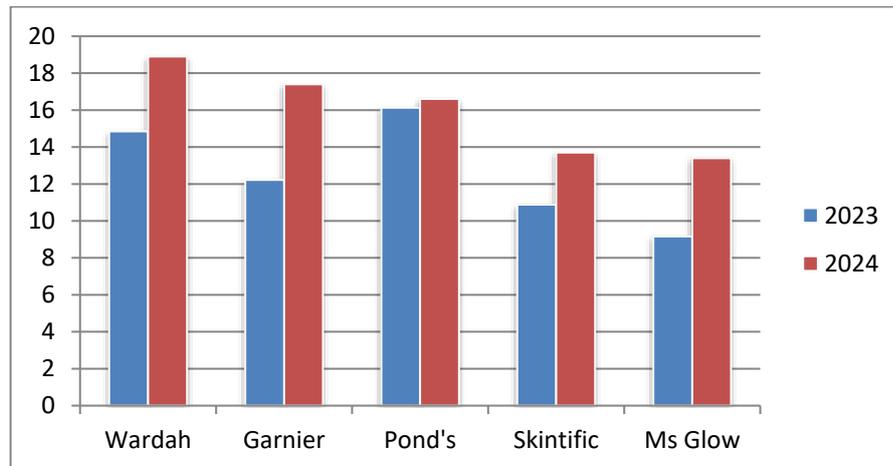
Sumber: (www.topbrandindex.com, 2024)

Bersumber dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2021 nilai *top brand index* produk *facial wash* mengalami penurunan dari tahun sebelumnya 21,00 menjadi 18,30. Pada tahun 2022 nilai *top brand index* mengalami peningkatan menjadi 19,40 dan kembali mengalami penurunan secara berturut-turut pada tahun 2023 sebesar 17,80 dan pada tahun 2024 sebesar 16,50. Penurunan *top brand index* disebabkan adanya penurunan loyalitas konsumen (marketing.co.id, 2024).

Top Brand Index adalah indikator yang mengukur kekuatan suatu merek berdasarkan tiga komponen utama, yaitu mind share, market share, dan commitment share. Mind share mencerminkan sejauh mana merek melekat di pikiran konsumen saat mereka mengingat kategori produk tertentu. Penurunan mind share pada Ponds bisa disebabkan oleh strategi promosi yang kurang efektif dibandingkan kompetitor atau inovasi yang tidak mampu menarik perhatian konsumen. Sementara itu, market share menunjukkan pangsa pasar yang dikuasai merek. Penurunan market share Ponds dapat terjadi karena adanya persaingan ketat dari merek-merek lain yang menawarkan produk dengan harga lebih

kompetitif atau fitur yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen. Komponen ketiga, yaitu commitment share, mengukur loyalitas konsumen terhadap merek. Dalam hal ini, penurunan commitment share pada Ponds menandakan bahwa konsumen mulai beralih ke produk lain, kemungkinan akibat pengalaman yang kurang memuaskan atau munculnya merek pesaing yang memberikan nilai lebih, seperti formula yang inovatif atau manfaat yang lebih sesuai dengan kebutuhan kulit.

Penurunan nilai Top Brand Index Ponds dari tahun 2021 hingga 2024 (dari 21,00 menjadi 16,50) mencerminkan adanya permasalahan dalam menjaga kekuatan di ketiga komponen tersebut. Salah satu penyebab utamanya adalah menurunnya loyalitas konsumen, yang mengindikasikan bahwa konsumen tidak lagi merasa terikat dengan merek ini. Faktor-faktor seperti kurangnya inovasi produk, ketidaksesuaian strategi pemasaran dengan preferensi pasar, dan persaingan yang semakin ketat menjadi tantangan besar bagi Ponds untuk mempertahankan posisinya di pasar facial wash. Oleh karena itu, diperlukan langkah strategis untuk meningkatkan mind share melalui kampanye pemasaran yang lebih menarik, memperkuat market share dengan distribusi yang lebih merata dan harga yang kompetitif, serta meningkatkan commitment share melalui inovasi produk dan kepuasan konsumen. Data loyalitas konsumen tersebut didukung oleh data penjualan yang dijelaskan sebagai berikut:



Sumber: (www.compas.co.id, 2024)

Gambar 1. 1

Data Penjualan *Facial Wash* Pond's

Bersumber dari gambar 1.1 menunjukkan merek Ponds sebelumnya menjadi *top brand* mengenai penjualan di tahun 2023 dengan 16,6 ribu penjualan mengalahkan 4 merek *facial wash* lainnya, sedangkan untuk tahun 2024 merek Ponds menduduki peringkat 3 dengan 16,13 ribu penjualan *facial wash*. Hal ini menunjukkan bahwa merek Ponds pengguna *facial wash* memiliki penurunan meskipun penjualan naik tetapi dibanding dengan merek kompetitor lainnya merek Ponds tidak memiliki kenaikan yang signifikan dan tidak menjadi *top brand* kembali, hal ini menandakan loyalitas konsumen berkurang terhadap merek Ponds. Loyalitas konsumen merupakan sikap dari unit pengambilan keputusan agar bisa melakukan pembelian terus produk atau jasa dari perusahaan yang dipilih (Griffin, 2022:9). Loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya pengalaman merek, kualitas produk, citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen.

Rahayu (2021:121) Faktor utama yang mampu memengaruhi loyalitas konsumen adalah pengalaman merek. Pengalaman merek sebagai pengalaman masa lalu konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi suatu merek. Dalam konteks ini, konsumen telah memiliki pengalaman langsung dengan merek tersebut. Fenomena masalah berkaitan dengan pengalaman merek pada Ponds dijelaskan melalui review konsumen pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1. 2

Review Konsumen Terhadap Pengalaman Merek Facial Wash Pond's

No.	Nama Konsumen	Ulasan
1.	Rikayandaa	Dulu banget pernah pake, dan sekarang nyoba lagi tapi ternyata ga cocok banget di wajah aku. huhuuu. pemakaian pertama langsung beruntusan dan jerawat muncul sebijik. trus coba lagi hari kedua masih dengan efek ya sama. OK, BYE !!!!!!!!
2.	Chrisanna	Udah pakai ponds white beauty yg lama hampir 4 tahun, terus ganti formulasi jadi ini, aku cobain dan ternyata hasilnya beda sama yg lama, sedih banget:(jujur di muka aku kalo pake ini malah jadi kusam sama berminyak gitu, dan sekarang aku bingung ganti facial wash apa lagi, karna secinta itu sama white beauty versi lama.
3.	Jeutasss	Dari dulu gak pernah berjedoh sama sabun cuci muka nya Pond's teksturnya creamy banget dan sangat berbusa. hasilnya muka kerinngg banget sampe ketarik dan buat jadi beruntusan kalau pake ini, bagusnya cuma tiap abis cuci muka kerasa bersih aja karena minyak hilang semua.
4.	BellaAP	Waktu itu sekolah dan temen aku bawa cuci muka ini terus ku liat dia kan cantik putih muka nya bersih jd aku iseng pengen nyoba soalnya waktu itu aku ga punya produk skincare wkwk. Ehhh malah gara gara pake ini aku mulai jerawat :) bermula di jidat ada 1 jerawat setelah 1hari pake punya temen ku ini dan menjalar sampe mana mana. Akhirnya kapok ga pernah beli produk pond's lagi sampe sekarang.
5.	Wmulia	Beli ini karena facewash yg biasaku pake (cetaphil) habis. Jadi ke indomaret dan beli yg ada aja, sekalian nyoba siapa tau cocok karena muree. Eh ternyata, setelah cuci muka, kulit malah kering dan

		keset gitu. Malah sempet gatal, padahal udah pake toner. Jadi langsung stop pemakaian sih :(
6.	kiawrzrm	Aku coba ini pas belum terlanjur paham apa itu skincare an, dan coba ini pun gara-gara dikasih tante aku ini juga face wash pertamaku, pas aku pake produk ini emang bener-bener bikin cerah, tapi dikulit aku lama lama malah bikin merah, gatal, dan nimbulkan jerawat. bukan mskt ingin menjelekan produk tp emang begitu adanya.
7.	putrimarinas	NOOO BAAANGEETTT. Biasanya pake facial wash ponds ga pernah bermasalah, pake product ini bener-bener deh malah jerawat nonjol sama sini, perih dimata juga 😞 ga cocok bangettt! Wajah jadi merah-merah dan jerawat parah pdahal ga pernah sejerawatan ini.
8.	Deusevillian	Jadi karena fw ku abis, aku iseng-iseng nyobain fw punya ibuku ini. Kaget dong ternyata bikin wajah keset banget, mana ga lama kemudian langsung gatal-gatal dan bruntusan, huhu, ga lagi-lagi deh. Untung dapat minta. Btw kulitku emang Normal Sensitif.
9.	elsayulistika	Diskonan alfamart, coba pertama kali dan awal pake biasa aja karena emang aku cocok-cocok aja sama face wash apapun. eh ternyata, selain bikin kulit aku kering, besoknya ada beberapa bruntusan muncul, di deket alis, hidung dan di pipi! pengen nangis aja sih. gamau coba-coba lagi.
10.	ulfiiiaa	Facial foam andalan aku sejak smp, tapi entah kenapa setelah ganti kemasan atau ganti formula juga muka malah jerawat parah gak putus2 tumbuhnya dong:(plus muka kering sampai terkelupas2 gitu. Tapi memang sih cukup mencerahkan wajah.

Sumber: (www.reviews.femaledaily.com, 2024)

Berdasarkan pada tabel 1.2 diketahui bahwa terdapat berbagai komentar yang negatif mengenai produk ponds, konsumen yang memiliki pengalaman merek yang buruk terhadap *brand* Ponds. Pengalaman merek yang buruk tersebut dapat berdampak pada penurunan loyalitas konsumen. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah menguji pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas konsumen.

Selain faktor pengalaman merek loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas produk. Kotler dan Keller (2017: 121) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Permasalahan yang ada pada kualitas produk *facial wash* Ponds dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. 3

Review Konsumen Terhadap Kualitas Produk *Facial Wash* Pond's

No.	Nama Konsumen	Ulasan
1.	Zahirazira	Bikin kering trus bikin makin sensi waajah aku klo pake ini dan dia wanginya mengingatkan aku Ama wangi wafer saus stroberi yg manis gtu,dan ada banget dan terasa banget sensasi dingin nya pas dipake,sayangnya dikulit aku bikin kering😞
2.	nizhomia_bella	ini gacocok sm skli dimuka aku.jenis muka aku kombinasi,kl abis make yg dibagian keringny tmbh mkin kering.hbs pke emg keliatan cerah sdkit tp Ima2 malah keliatanny jd mkin kusam, dan mkin gmpng jrwtan.
3.	Nurlinao	Aku biasanya cocok cocok aja pake produk ponds, tapi gatau kenapa kok ga cocok sama yg ini. setelah pake seminggu kok aku ngerasa mukaku kering dan langsung pada muncul jerawat, padahal biasanya pake yg pinkish white aku cocok2 aja. mana aku belinya yg gede sekalian pula. sedih
4.	AnggiSayangi	Ga cocok di aku muka jadi beruntusan parah terus kering banget juga tapi kadang kadang jadi oily gitu. untuk cerah dan putih nya dapet emang tapi setiap abis cuci muka suka ketarik dan pedih gitu di area sensitip nya.
5.	Dewinrsyh06	Tumbenan banget product pond's malah bikin jerawat, awalnya aku nyoba-nyoba ganti sabun wajah kan karena dikira bakal mencegah jerawat eh ternyata mukaku malah berjerawat dan kering banget hmm sedikit kecewa sih, mungkin ke akunya emang ga cocok. bentuknya padat beda dari yang lain.
6.	febryaam	Wangi parfumnya kuat bener. Banyak busanya, bikin bersih... terlalu bersih. Setelah cuci muka

		pake ini wajah jadi keset, kering, ketarik-tarik. Sabun muka yang bikin kulit jadi gitu itu tandanya gak baik. Sekarang lebih suka pake hydrating cleanser yang low ph merk lain, atau merk korea, yang jauh lebih lembut dan bikin lembap setelah bilas.
7.	noven	Awalnya cocok, efek mencerahkan but lama kelamaan di aku st combi skin lama kelamaan jadi kering dan kesat gt, ga menimbulkan jerawat, tekstur lembut dan aromanya wangi sedikit menyengat, dari segi harga affordable buat remaja dibawah 18 tahun.
8.	maulidia_	Bikin keset di muka aku, tapi bikin halus dan cerah juga. Tapi pas pemakaian lama bikin bruntusan di muka aku, tekstur kulit bener ² kasar, padahal sebelumnya muka aku gak ada bruntusan sama sekali 🙄🙄
9.	kanity	Iseng pake punya doi karna baunya enak, padahal tau kalo kulitku ga bersahabat sama yang ada kandungan fragrance nya 🙄 2x coba dan bener aja, kulit kering, nimbul jerawat nodule, sama bruntusan di jidat 🙄🙄🙄 padahal pengen banget cocok sama ponds tapi nooooo.
10.	queensfave	Packaging tube plastik. Tekstur produknya creamy agak padat. Aromanya khas produk Pond's, mirip aroma produk spotless whites series yg lama. Suka wanginya, nostalgia bgt, karna dulu pakenya produk Pond's. Busanya bnyak. Kalo untuk bersihin oil, ini juara. Keset bgt di kulit. Kurang sukanya ini bikin kulitku kering, kurang dari seminggu tb2 muncul dry patches tiap hrs cuci muka. Daya bersih juga kurang, untuk bantu bersihin sisa makeup.

Sumber: (www.reviews.femaledaily.com, 2024)

Berdasarkan pada tabel 1.3 diketahui bahwa rangkuman dari kekecewaan konsumen terhadap kualitas produk Ponds. Produk dari Ponds dijelaskan memiliki kekurangan atau penurunan kualitas produk sehingga menimbulkan dampak wajah yang kurang baik konsuen. Kekecewaan konsumen ini dapat berakibat pada menurunnya loyalitas konsumen produk Ponds.

Faktor ketiga yang memiliki pengaruh pada loyalitas konsumen adalah citra merek. Firmansyah (2018:87) menjelaskan citra merek sebagai gambaran dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman terhadap merek tersebut. Permasalahan yang ada pada citra merek *facial wash* Ponds dijelaskan di tabel tabel 1.4 sebagai berikut:

Tabel 1. 4
Review Konsumen Terhadap Citra Merek *Facial Wash* Ponds

No.	Nama Konsumen	Ulasan
1.	anggit_nin	Ya namanya juga anak kosan yang pulang ke rumah cuman seminggu sekali. Sering banget males bawa peralatan mandi karna pulang cuman bentar kan sehari di rumah. Alhasil berujung pake face wash apa aja yang ada di kamar mandi rumah wkwk. Tbh ini bukan tipe face wash kesukaan ku sih. Soalnya aku ngerasa buset dah ini licin bener pas dipake.
2.	Jeutasss	Dari dulu gak pernah berjodoh sama sabun cuci muka nya Ponds. teksturnya creamy banget dan sangat berbusa. hasilnya muka kerinngg banget sampe ketarik dan buat jadi beruntusan kalau pake ini, bagusnya cuma tiap abis cuci muka kerasa bersih aja karena minyak hilang semua.
3.	dewisitorus	Gacocok bettt di kulit wajah aku, bikin jerawatjuga, dulu itu aku lagi nginep gitu dirumah sepupu aku hampir seminggu lah ±5hari gitu, aku coba make .ihhh ga banget buat wajah akuu sampe skrg jerawat itu suka nongol kalo kesenggol produk2 yg sejenisnya selain fair&lovely 🤔👍
4.	cinderzella	BIG NO!! Dia bikin jerawat muncul sana sini padahal baru pemakaian 2 hari, sedih banget cuyyy terpaksa aku hibahin aja ke adek deh daripada malah bikin BO, udah berharap banget sama ini, ternyata gak cocok. ganti merk lain deh jadinya.
5.	diniswan	Gak cocok di kulitku..... bikin jerawatan parahhhhhh.. dan susah hilang..... :((((((((((((((((mengkapok sekali pakai ponds..... huhuhuhuuuuuu.. gak lagi lagi deh..... :((((((((((((((((!
6.	intanrahmania882	Pernah make facial wash ini pas masih SMP kelas 8, waktu itu make ini karna kena racun omongan

		teman wkwk maaf lah ya. waktu itu kan pengen bgt mukannya bersih dari kusam, tapi pas make ini wajah aku berasa ketarik. terus pas aku ngaca kenapa tiba ² jadi banyak beruntus dan yah, sayang sekali aku tidak cocok dengan produk Pond's ini, so sowy.
7.	afifahdeyaa	Ga tau kenapa ga cocok pake produk ini!😞 padahal sama tone up cream nya cocok bgt, jujur ini facewash pertama aku sih, malah bikin tumbuh jerawat gitu, kecewa bgt dah pokoknya, gamau lagi pake produk ini😞 beruntung bgt buat kalian yg cocok sama produk ini😞👉👉👉
8.	raelayla	Sedih banget setelah pake face wash ini, mukaku jadi kering banget sampe bisa di klopekin sama timbul bruntusan di dahi, pipi kanan dan kiri :((padahal cuma sekali aja pakenya efeknya langsung berat banget. terus ini juga bikin wajah jadi perihh.
9.	Keziah	Yaduh gak cocok bgt dikulit gw biasa ponds bisa membersihkan secara menyeluruh, dan kulit aku jadi halus g bertekstur, pake ini malah nimbul jerawat, komedo, bertekstur padahal berharap seperti produk sebelumnya yg pink. tp kli ini g cocok samsek.
10.	inggridtw	Aku dulu pakai ini waktu SMP. karena coba-coba pingin punya Facial Wash. dan ternyata dia menimbulkan flek-flek hitam kayak gitu di wajah. aku aku aku ngerasa ini bukan produk yang bagus dia juga meninggalkan rasa kering dimuka padahal tipe skin ke berminyak.

Sumber: (www.reviews.femaledaily.com, 2024)

Berdasarkan pada tabel 1.4 diketahui bahwa terdapat review konsumen tentang kekecewaan terhadap *brand facial wash* Ponds. Citra merek yang dibangun Ponds yang dulu dan sekarang memiliki perbedaan sehingga konsumen merasa kecewa terhadap citra merek Ponds, hal ini dapat memberikan dampak menurunnya loyalitas konsumen terhadap produk *facial wash* Ponds.

Faktor keempat yang memiliki pengaruh pada loyalitas konsumen adalah kepercayaan merek. Ferrinadewi (2018:147) mengatkan bahawa kepercayaan

merek adalah persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan. Permasalahan yang ada pada kepercayaan merek *facial wash* Ponds dijelaskan pada tabel 1.5 sebagai berikut:

Tabel 1.5

Review Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek *Facial Wash* Ponds

No.	Nama Konsumen	Ulasan
1.	Intan93	Hoho untung aku beli yang sachet dong kantong. Tapiiiii.... dia di aku bikin bruntus jadi ga terlalu rugi juga kalo soal di dulu pernah pake yg milk tone up ga apa2 Lo, tapi pas coba ini malah gatal kulit akutuuu... asli deh ga akan coba2 lg, udah tau emang ga pernah cocok sama Ponds, dasar akunya aja yang penasaran.
2.	meidynaclary	Astaga! Tambah berminyak. ☐☐ Memang sih mencerahkan, tapi abis itu, mukaku makin berminyak. Padahal, aku udh langganan POND'S sejak kecil. (Ps: Waktu kecil emang suka coba2 produk orang dewasa 🤔) Sumpah, POND'S warna pink biasanya ga pernah mengecewakan. Tapi, sejak udh dewasa dan mungkin efek gonta-ganti kemasan / efek ada perubahan formula, malah jadi ga cocok lagi.
3.	ginameilinda	Gak suka bikin kering kerontang dan ketarik abis cuci mukanya :(tapi emang iya dia bikin wajah agak putihan yaa dan aku juga ngerasa bersih gitu pas abis cuci mukanya tapi bikin kering di wajah padahal aku oily.. mungkin dari busanya atau gimana gak ngerti tapi gak mau lagi nyobain.
4.	Dinamana	Ga cocok pake ini. Baru bbrp hari pake mukaku malah timbul jerawat2 baru 😞 creamnya kyk lebih ke oily gtu, ga cocok bgt di muka aku. lebih cocok versi yg dulu, day and night cream.. Knp ga ada lagi ya?? Ga bakal beli lagi deh.
5.	PurpleHippo	Udah cukup lama nggak pake produk ini. Dulu sempet kepo banget karena iklannya sungguh menggoda, eh ternyata hasilnya nggak banget! Setelah pake ini wajah langsung kerasa dehidrasi dan bahkan agak mengelupas gitu. Aku sempet

		paksain pake cukup lama sih, kukira itu penyesuaian aja dan ternyata nggak dong :(
6.	DiamondLime	Pertama pake sih wanginya enak tapi lama kelamaan kok agak beda baunya sama pertama kali buka padahal ku cek expired nya masih lama ,habis pake sih muka emng lembab sih tapi gak bikin cerah dan beberapa jam kemudian tadaaaa kembali ke wajah ku yg asli kering dan kusam :(padahal udah berharap banyak pke facial foam ini untuk harga sih menurut ku gak terlalu mahal nyesuain sama produk tetangga , repurchase??jelas enggak lah.
7.	Estervrnc	Pas dipake facial wash ini bikin keset dan kering bgt bahkan di kulitku yg oily. di aku sih ini gaada efek apa2nya. ga mencerahkan. ga menyamarkan bekas jerawat juga. jad ga ngaruh sih klo di muka aku.
8.	aurafaz	Pas itu sabun mukaku lagi habis akhirnya aku pake ini yg notabene punya mama ku 😊 katanya mama sih ini bagus dikulitnya gk ada masalah setelah pakai seminggu aku ngerasa pori pori aku kaya makin keliatan dan Whitehead aku jadi numpuk banget 🤢 gk lagi lagi deh nyoba.
9.	cintamazid	Aku sebel bgt sama sabun muka ini , bikin muka ku jerawat parah + nambahin bruntusan di dahi aku bahkan yg tadinya aku ga bruntusan di pipi sama pinggir dagu jd bruntusan 😞 repurchase? DEFINITELY NO.
10.	maharrani7	Aku gak tau deh ada apa denganku dan Ponds, karena hampir semua produknya gak ada yg cocok di aku. Satu2nya produk dari Ponds yg cocok di aku cuma miracle serumnya aja, selebihnya no, termasuk facial foam ini. Dapat kesempatan cobain dari FD Try and Review, aku coba pakai untuk seminggu pertama, dan di hari keempat mulai muncul bintik2 kecil warna putih. Kulitku juga jadi jauh lebih berminyak dari biasanya, dan jadi komedoan. Begitu selesai cuci muka rasanya kayak ketarik gitu, ditambah wanginya cukup mengganggu.

Sumber: (www.reviews.femaledaily.com, 2024)

Berdasarkan pada tabel 1.5 diketahui bahwa review konsumen yang kecewa terhadap produk *facial wash pond* hal ini disimpulkan bahwa masih banyak reaksi

komentar negatif yang tertuju pada merek Ponds. Komentar tersebut dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap *facial wash* Ponds. Berkurangnya kepercayaan konsumen tersebut akan berdampak pada penurunan loyalitas konsumen.

Selain faktor citra merek, pengalaman merek, kualitas produk dan kepercayaan merek terdapat faktor kepuasan konsumen yang dapat memberikan pengaruh pada loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen adalah suatu konsep yang penting didalam pemikiran dan riset konsumen (Peter & Olson, 2018:184). Dimana pemikiran konsumen sebagai titik penentu akan membeli ulang produk yang sudah dibeli ataupun memilih pindah ke tempat lain. Terdapat permasalahan kepuasan konsumen pada produk *facial wash* Ponds yang dijelaskan sebatiai berikut:

Tabel 1. 6

Review Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen *Facial Wash* Pond's

No.	Nama Konsumen	Ulasan
1.	_Irvnnn	Buat Kulit sensitif gw saranin g usah ya, ada kandungan parfume soalnya, gw make ini dgn posisi kulit sensitif, make malem, pagi nya bruntusan keluar semua, saat itu juga gw stop make ini, untuk harga ya biasa aja sih.
2.	AldoHitler	(HONEST REVIEW) Kaga ngaruh apa di gw ini hyung. Oiya dia Padahal berharap banyak dari ponds, secara udah terkenal. Tapi ternyata unch2 bikin jerawat. Repurchase? Absolutely Nooooo! dia juga ada komposisi exfo jadi makenya gaboleh tiap hari, apalg 2x sehari.
3.	windiiw_	Aku bener-bener nggak cocok pakai sabun ini, bikin kulitku kayak ketarik berasa kering banget walaupun selesai cuci muka kulitku agak cerah tapi yah itu tadi kalau abis cuci muka kulit wajahku kayak kering bangettt aku langsung stop udah deh nggak mau pake lagi.
4.	Maleficent	Waktu beli ini tertarik banget sama klaimnya yang

		mencerahkan, karena waktu itu mukaku lagi kusam kusamnya dan belang banget gara gara kerudung, kemasan barunya juga eyecatching banget. Tapi pas dipake cerah seketika sih lumayan tapi besoknya langsung ada jerawat kecil2 di pipi aku dan aku langsung stop pemakaian dan ganti ke fw lain eh taunya besoknya langsung ilang gara2 ganti fw.
5.	cecerei12	Waktu itu nyari Pond's yang kemasan lama, tapi sudah nggak nemu, dan nemunya ini, coba-coba aja sih, tapi baru sadar, kalau produk pond's memang tidak pernah bersahabat dengan kulitku, dua bulan pertama aku pakai kemasan lama, mungkin masih sedikit berdamai jadi tidak menimbulkan efek apa-apa kecuali ya sekedar membersihkan dan segar aja, alasan tetap pakai pond's karena pengen aja, aneh kan? lalu beralih ke kemasan baru sampai habis, sebelum ganti ke merek lokal yang ternyata cocok. Tidak ada perubahan apa pun di mukaku sih, kusam, banyak komedo malahan, aku putusin buat berhenti, sudah cukup tidak lagi, karena hanya menunggu kepastian itu menyakitkan :(
6.	stephanienatalia1994	Klo sama varian ponds yg ini aku punya love-hate relationship sama dy, bingung aku tuh harus suka atau gak sama dy, karena emang efek ngebersihinnya cukup oke sih dan keliatan lebih cerah abis dicuci mukanya tapinya kadang muncul beruntusan di mukaku pdhl ini kan gampang bgt klo mau buat repurchase ada dimana" huhuhu.
7.	dwipujikurnia	Produk ini dari jaman dulu sampe sekarang walau udah ganti kemasan masih dipake sama ibuku, jaman aku sekolah iseng nyobain cucimuka ibuku yang ini. Klaimnya mah mencerahkan dll (dulu jaman sekolah masih kepengen kulit putih) auto nyobain dong, muka berasa ketarik dan bener aja beberapa jam setelah cucimuka muncul jerawat mendem☹️. Akhirnya balik lagi ke cucimuka citra yang warna kuning☺️. Fix gak cocok pake ini. Repurchase? No. Hampir semua produk ponds bermasalah dipake dimukaku.
8.	iryanajayaputri	Aku ga cocok sih pake ni face wash. wajahku jd kering ketarik gt setiap beres cuci muka. pdhl cukup membersihkan sbnrnya, cuma ya itu dia.. stiap beres cuci muka, kulitku jd brsa dry bgt. mgkn ini cocok utk yg oily skin.

9.	Nanazsssss	Sbrnya g trlalu yg muluk" kl bwt fw sih , cmn kl ponds ini kyanya mlh bkin kulit ku yg oily kesetnya rda g santuy , rda kya ketarik , bwt nyerahinnya sih g yg trlalu wow , ya biasa aja layakna fw" lain , g bkin bo / purg / problem dikulit , kbtulan kmren nyobaiin yg uk plg kcil jdi cpt abis aplgi bgi 2 ama ade.
10.	vickydea	Big no buat beli lagi...setelah pemakaian keset bgt klo ga teliti bersihin tuh d mata bikin perih...aku pake sekitar seminggu dan pas udah ga pake lg ko ada jerawat 1 nongol...huft...ga tau deh sekarang produknya nganggur gitu aja terabaikan.

Sumber: (www.reviews.femaledaily.com, 2024)

Berdasarkan pada tabel 1.6 diketahui bahwa terdapat review konsumen mengenai konsumen tidak puas terhadap produk *facial wash* Ponds. Komentar konsumen masih banyak mengenai wajah karena ketidakcocokan terhadap produk dari ponds, hal ini konsumen merasa kurang puas terhadap produk sehingga dapat memberikan pengaruh pada loyalitas konsumen. Untuk mengetahui penggunaan produk Pond's *facial Wash*, penulis melakukan *pra-survey* dengan 35 responden melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk *hardfile*. Disimpulkan bahwa hasil *pra-survey* disajikan pada tabel 1.7.

Tabel 1. 7
Tanggapan Pra-Survey Responden

No	Pernyataan	Jawaban Responden			
		YA		TIDAK	
		Total	%	Total	%
Pengalaman Merek					
1	Saya selalu merasa lebih baik setelah menggunakan Ponds <i>Facial Wash</i>	21	60 %	14	40 %
Kualitas Produk					
2	Kualitas produk dari Ponds lebih baik dari pada merek <i>facial wash</i> lainnya	12	34,3 %	23	65,7 %
Citra Merek					
3	Ponds sangat bermanfaat untuk merawat wajah	28	80 %	7	20 %
Kepercayaan Merek					
4	Saya selalu menggunakan produk Ponds setiap hari	26	74,3 %	9	25,7 %
Kepuasan Konsumen					
5	Saya merasa senang dan puas setelah menggunakan <i>facial wash</i> Ponds	25	71,4 %	10	28,6 %
Loyalitas Konsumen					
6	Saya selalu membeli lagi produk <i>facial wash</i> Ponds di toko terdekat	17	48,6 %	18	51,4 %

Sumber: Hasil Data Yang Diolah, 2025

Hasil *Pra-Survey* pada tabel 1.7 dijelaskan bahwa dari total 35 responden yang telah melakukan pengisian terdapat jawaban YA dan Tidak, pada variabel pengalaman merek memiliki jawaban YA lebih dominan 60 % dari pada jawaban TIDAK dengan 40 % artinya mayoritas responden merasa lebih baik setelah menggunakan produk *facial wash* Ponds. Variabel kualitas produk memiliki jawaban YA dengan 34,3 % dan jawaban TIDAK dengan 65,7 % artinya jawaban tidak lebih dominan hal ini menunjukkan responden sepakat bahwa masih terdapat banyak produk merek *facial wash* yang lebih baik dari pada merek *facial wash*

Pond's. Variabel citra merek memiliki jawaban YA dengan 80 % dan jawaban TIDAK dengan 20 % artinya mayoritas responden sepakat bahwa *facial wash* Ponds sangat bermanfaat untuk merawat wajah. Variabel citra merek memiliki jawaban YA dengan 74,3 % dan jawaban TIDAK dengan 25,7 % artinya mayoritas responden memiliki jawaban selalu memakai *facial wash* produk Pond's setiap hari. Variabel kepuasan konsumen memiliki jawaban YA dengan 71,4 % dan jawaban TIDAK dengan 28,6 % artinya mayoritas responden sangat puas dan senang setelah menggunakan produk *facial wash* Pond's. Variabel loyalitas konsumen memiliki jawaban YA dengan 48,6 % dan jawaban TIDAK dengan 51,4 % artinya mayoritas responden tidak selalu membeli lagi produk *facial wash* Ponds di toko terdekat.

Penurunan loyalitas konsumen Ponds dapat dikaitkan dengan kualitas produk yang kurang optimal dibandingkan kompetitor. Kualitas produk menjadi faktor kunci dalam membangun hubungan emosional dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Ketika kualitas produk tidak memberikan kepuasan yang memadai, hal ini dapat menyebabkan konsumen beralih ke merek lain yang dianggap lebih memenuhi harapan mereka. Selain itu, kualitas produk yang kurang baik, seperti ketidaksesuaian hasil produk dengan klaim yang dijanjikan atau kualitas yang kurang memuaskan, dapat melemahkan kepercayaan konsumen. Dalam situasi ini, merek-merek pesaing yang mampu memberikan kualitas produk yang lebih baik, seperti inovasi produk yang relevan atau penambahan komposisi yang sesuai dengan harapan konsumen, berpotensi menarik perhatian konsumen dan meningkatkan pangsa pasar mereka, sehingga

Ponds tertinggal dalam persaingan.

Research gap yang ada pada pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas konsumen dijelaskan oleh Hasnani *et al* (2023) dan Astutik & Purwanto (2023) melakukan penelitian dengan hasil yang menunjukkan bahwa pengalaman merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Akan tetapi penelitian Dewi (2021) mengemukakan hasil yang berbeda dimana pengalaman merek tidak berpengaruh pada loyalitas konsumen. Ainun & Waruwu (2023) dan Puspitasari *et al* (2022) mengungkapkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan pada loyalitas konsumen. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Pramesti (2021) menunjukkan hasil yang berbeda dimana kualitas produk tidak berpengaruh pada loyalitas konsumen.

Research gap yang ada pada pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen dijelaskan oleh Adelia & Susilarini (2023) dan Gea *et al* (2023) mengungkapkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif signifikan pada loyalitas konsumen. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2022) menunjukkan hasil yang berbeda dimana citra merek tidak berpengaruh pada loyalitas konsumen. Djamaludin & Fahira (2022) dan Rudzewicz & Strychalska (2021) mengungkapkan bahwa kepercayaan merek memiliki pengaruh positif signifikan pada loyalitas konsumen. Hasil tersebut selaras dengan penelitian Purnamayanti & Indiani (2020) dan Safitri & Mauludi (2022) dimana kepercayaan merek memiliki pengaruh positif signifikan pada loyalitas konsumen. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Aprilia (2022) menunjukkan hasil yang berbeda dimana kepercayaan merek tidak berpengaruh pada loyalitas

konsumen. Hanny *et al* (2022) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif signifikan pada loyalitas konsumen. Hasil tersebut selaras dengan penelitian Adelia & Susilarini (2023) dimana kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif signifikan pada loyalitas konsumen. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Djayapranata (2020) menunjukkan hasil yang berbeda dimana kepuasan konsumen tidak berpengaruh pada loyalitas konsumen.

Berdasarkan pada beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dapat diketahui adanya inkonsistensi berkaitan dengan faktor yang mampu memengaruhi loyalitas konsumen. Peneliti melakukan penelitian lebih lanjut pada faktor-faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan mengembangkan penelitian Adelia & Susilarini (2023). Peneliti melakukan penambahan variabel dan menyesuaikan objek penelitian guna mengembangkan penelitian tersebut. Berlandaskan pada penguraian latar belakang permasalahan yang sudah dijelaskan secara terperinci maka, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SABUN PEMBERSIH MUKA POND'S DI KUDUS”**.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penelitian ini meliputi:

1. Variabel independen penelitian ini yaitu pengalaman merek, kualitas produk,

citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen.

2. Variabel dependen penelitian ini yaitu loyalitas konsumen.
3. Objek penelitian yaitu konsumen produk *facial wash* Ponds di Kudus.
4. Penelitian dilakukan selama bulan Desember 2024 setelah proposal disetujui.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dikemukakan diatas maka dapat dirumuskan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan gambar 1.1 diketahui bahwa terdapat penurunan meskipun penjualan naik tetapi dibanding dengan merek kompetitor lainnya merek Ponds tidak memiliki kenaikan yang signifikan dan tidak menjadi *top brand* yang terjadi pada tahun 2023-2024 sehingga mengakibatkan loyalitas konsumen Ponds menurun (Variabel Pengalaman Merek).
2. Berdasarkan pada tabel 1.7 diketahui bahwa terdapat persentase yang menurun dari variabel kualitas produk dan loyalitas konsumen sebesar 34,3 % dan 48,6 % dari hasil *Pra-Survey* yang dilakukan oleh peneliti sehingga mengakibatkan loyalitas konsumen Ponds menurun (Variabel Kualitas Produk).
3. Berdasarkan pada tabel 1.1 diketahui bahwa terdapat penurunan nilai *top brand index* produk *facial wash* Ponds yang terjadi pada tahun 2020-2024 sehingga mengakibatkan loyalitas konsumen Ponds menurun (Variabel Citra Merek).
4. Berdasarkan pada tabel 1.2 diketahui bahwa terdapat review yang buruk pada pengalaman merek *facial wash* Ponds (Variabel Pengalaman Merek).

5. Berdasarkan pada tabel 1.3 diketahui bahwa terdapat review yang buruk pada kualitas produk *facial wash* Ponds (Variabel Kualitas Produk).
6. Berdasarkan pada tabel 1.4 diketahui bahwa terdapat review yang buruk pada citra merek produk *facial wash* Ponds (Variabel Citra Merek).
7. Berdasarkan pada tabel 1.5 diketahui bahwa terdapat review yang buruk pada kepercayaan merek produk *facial wash* Ponds (Variabel Kepercayaan Merek).
8. Berdasarkan pada tabel 1.6 diketahui bahwa terdapat review yang buruk pada kepuasan konsumen produk *facial wash* Ponds (Variabel Kepuasan Konsumen).

Dengan demikian pertanyaan penelitian pada penelitian ini ialah:

1. Bagaimana pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas konsumen *facial wash* Ponds di Kudus?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen *facial wash* Ponds di Kudus?
3. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen *facial wash* Ponds di Kudus?
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen *facial wash* Ponds di Kudus?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen *facial wash* Ponds di Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas konsumen *facial*

wash Ponds di Kudus.

2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen *facial wash Ponds* di Kudus.
3. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen *facial wash Ponds* di Kudus.
4. Menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen *facial wash Ponds* di Kudus.
5. Menganalisis pengaruh *kepuasan konsumen* terhadap loyalitas konsumen *facial wash Ponds* di Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan bisa memberikan sumbangan informasi untuk perusahaan tentang pengaruh pengalaman merek, kualitas produk, citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

b. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat jadi referensi untuk penelitian berikutnya yang membahas topik mengenai pengalaman merek, kualitas produk, citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.