

**KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN PRODUK KOSMETIK WARDAH CABANG
BANJARMASIN (STUDI KASUS PADA TOKO GUARDIAN
Q-MALL BANJARBARU)**

Angga Ifanka¹
Rizki Amalia Afriana²
afriana82@gmail.com

STIE NASIONAL BANJARMASIN

Abstract,

The purpose of this study was to determine the product quality variables (performance, reliability, features, durability, suitability, and design) play a role in customer satisfaction of Wardah products and to determine product quality variables (performance, reliability, features, durability, suitability, and design), which has the biggest role in customer satisfaction for Wardah products.

The method used in this research is descriptive. With this method, the writer can find out how far product quality influences customer satisfaction of Wardah cosmetic products for consumers.

The results of the research show that the problem with the Guardian Q-Mall Banjarbaru Store is that so far Wardah products have experienced a decline in sales due to the quality of the latest edition products which are still unknown and felt by customers and are dissatisfied with the quality of the latest edition of cosmetic products. In conclusion, Guardian is a shop that has been engaged in providing services for the health and beauty needs of the Indonesian people since 1990 and has officially become part of PT Hero Supermarket. Based on the questionnaire, the variable form, accuracy and suitability, style, design are variables that play a role in consumer satisfaction.

Keywords: product quality and customer satisfaction

Abstrak,

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel kualitas produk (kinerja, keandalan, fitur, daya tahan, kesesuaian, dan desain) berperan dalam kepuasan pelanggan produk Wardah dan untuk mengetahui variabel kualitas produk (kinerja, keandalan, fitur, daya tahan, kesesuaian, dan desain), yang mana yang paling besar peranannya dalam kepuasan pelanggan produk Wardah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan metode ini penulis dapat mengetahui sejauhmana pengaruh

kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk kosmetik Wardah terhadap para kosnumen.

Hasil dari penelitian diketahui bahwa masalah pada Toko Guardian Q-Mall Banjarbaru adalah selama ini produk Wardah mengalami penurunan penjualan yang disebabkan kualitas produk edisi terbaru yang masih banyak belum diketahui dan dirasakan pelanggan dan merasa tidak puas dengan kualitas produk kosmetik edisi terbaru.

Kata kunci: kualitas produk dan kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

PT Paragon Technology and Innovation telah berdiri sejak tahun 1985 dengan nama sebelumnya adalah PT Pusaka Tradisi Ibu dengan Brand pioneer mereka, yakni Putri dengan tagline “Salon’s Best Choice”. Di tahun 1995, perusahaan ini memperkenalkan merk kosmetik mereka dengan nama Wardah kosmetik. Di tahun 1999, PT Pusaka Tradisi Ibu melalui pabriknya telah mendapatkan sertifikasi halal dari LPPOM MUI, dengan brand Wardah kosmetik sebagai pioneer brand halal Indonesia. Pada tahun 1998, pabrik ini pindah dari tempat sebelumnya, yaitu Cibodas, ke kawasan Industri Jatake, Tangerang, dengan luas 5.500 meter. Di tahun 2010, perusahaan ini merilis brand kosmetik lainnya, Make Over. Seiring berjalannya waktu di tahun

2011. Perusahaan ini berganti nama menjadi PT Paragon Technology and Innovation yang sebelumnya bernama PT Pusaka Tradisi Ibu. Tidak berhenti di situ saja, PT Paragon Technology and Innovation juga kembali merilis brand kosmetik untuk anak muda, yaitu Emina kosmetik tahun 2015. Seiring dengan terus berkembangnya PT Paragon Technology and Innovation, perusahaan ini juga terus berhasil meraih berbagai penghargaan.

Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena munculnya tingkat peminat konsumen yang makin tinggi terhadap perusahaan make up PT Paragon Technology and Innovation, hal utama agar perusahaan bertahan, bersaing dan menguasai pasar, maka kualitas produk sangat penting untuk lebih ditingkatkan

perusahaan harus memperhatikan. Hal yang dianggap penting agar pelanggan merasa puas dan tidak beralih pada produk lain. Kebanyakan konsumen akan memilih memakai produk yang berkualitas bagus. Persaingan sekarang bukanlah apa yang diproduksi perusahaan dalam pabrik tetapi antara apa yang mereka tambahkan pada hasil pabrik tersebut dalam bentuk pengemasan, iklan, konsultan bagi pelanggan, pendanaan, pengiriman, pergudangan dan hal lainnya yang dipandang perlu, dengan demikian keberhasilan menjual suatu produk sangat ditentukan oleh keterampilan. Mengelola produk inti (cover product), produk tambahan (augmented product) dan produk yang disempurnakan yang berbeda dari pesaingnya.

Wanita pada dasarnya identik dengan kosmetik, hal ini dikarenakan kosmetik merupakan barang yang dibutuhkan di kalangan wanita yang menyukai penampilan cantik dan percaya diri. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk, kualitas biasanya berhubungan dengan

manfaat serta fungsi suatu produk, kualitas merupakan faktor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan produk tersebut bernilai sesuai dengan maksud untuk apa produk itu diproduksi. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang tidak dimiliki produk pesaing dan pentingnya kualitas produk dirasakan konsumen akan mempengaruhi dalam kepuasan pelanggan.

Penetapan harga produk atau jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan persaingan global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan dibanyak pasar dan peluang bagi perusahaan yang memantapkan posisinya dipasar harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merk. Harga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk bila pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk-produk yang kompleks. Beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam kepuasan pelanggan mengenai harga

yang digunakan, diantaranya yang penting adalah mengestimasi para pembeli akan menanggapi harga-harga suatu produk. Konsumen yang belum mengetahui kualitas dan harga produk Wardah edisi terbaru cenderung ke ibu-ibu yang tidak memiliki sosmed seperti Instagram yang biasa akan di-share di akun resmi Wardah beauty tentang produk-produk terbaru Wardah tentang promosi Wardah.

PT Paragon Technology and Innovation adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang kosmetik, yaitu dengan brand Wardah, Make Over, dan Emina. Pada produk Wardah konsumen dapat memilih sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk Wardah memiliki image yang positif, selain karena kualitas produknya yang bagus dan harga yang terjangkau dikalangan remaja, memakai produk Wardah juga menimbulkan kesan tersendiri bagi pemakainya.

Saat ini, perusahaan sedang mengalami masalah menurunnya jumlah konsumen kosmetik Wardah di lingkungan Guardian Q-Mall Banjarbaru, diindikasikan karena

persaingan bisnis dengan perusahaan dan produk yang sejenis, dan kualitas produk edisi terbaru yang masih belum diketahui dan dirasakan oleh konsumen yang dikarenakan produk-produk terdahulu yang masih banyak dicari konsumen sudah tidak diproduksi, penjualan produk Wardah di toko Guardian Q-Mall Banjarbaru cenderung menurun.

Walaupun Wardah mampu menduduki dirating ke 3 terbaik di Indonesia. Saat ini kebutuhan konsumen terhadap produk kosmetik semakin tinggi mengingat diri pribadi konsumen memutuskan memilih menggunakan kosmetik dalam rangka agar memperjelas identitas diri agar dipandang baik dalam masyarakat, hal ini dilakukan dengan maksud agar konsumen memperoleh gambaran produk tersebut.

Konsumen akan menciptakan persepsi yg berbeda-beda terhadap produk Wardah yang ditawarkan oleh Beauty Advisor baik dari segi citra merk, kualitas dan harga produk, sehingga menimbulkan ketertarikan konsumen untuk membeli produknya.

Penelitian ini dilakukan dengan judul: “Kualitas Produk dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Produk Kosmetik Wardah Cabang Banjarmasin (Studi Kasus pada Toko Guardian Q-Mall Banjarbaru)”.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dalam (Roisah & Riana, 2016) menyatakan bahwa, “Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoprasi dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”.

Menurut Tjiptono dalam (Kuspriyono, 2016) “Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang)”.

Menurut Kotler dalam (Melyani, 2016) mengatakan “Kualitas

produk merupakan keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik dari ciri-ciri luar (design) produk maupun inti (core) produk itu sendiri”. Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas suatu produk merupakan kadar atau tingkat baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana mana yang diinginkan oleh konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2002) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang.

METODE

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan metode ini penulis dapat mengetahui sejauhmana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk kosmetik Wardah terhadap para konsumen.

Instrumen Penelitian

- a. Kualitas Produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat, di mana kualitas produk kosmetik skin care merek Wardahini sendiri memiliki keunggulan ciri yang berbeda dengan produk kosmetik lainnya.
- b. Kepuasan Pelanggan adalah kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilaipelanggan yang tinggi di sini produk Wardah memiliki kualitas yang terbaik dan harga yang terjangkau beserta pelayanan dari Beauty Advisor yang membuat kosumen merasa

puas untuk menjadi pelanggan dari produk Wardah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data yang dikumpulkan dengan cara penyebaran kuesioner secara langsung kepada konsumen yang pernah membeli produk Wardah. Dalam hal ini, jumlah kuesioner yang dibagikan sebanyak 100 kuesioner. Berikut di bawah ini adalah deskripsi nama, jenis kelamin, usia dan domisili responden:

Dari hasil kuesioner diketahui bahwa mayoritas responden pengguna produk Wardah adalah berjenis kelamin perempuan remaja dan dewasa sebanyak 50 dan tidak ada pengguna yang berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Penulis kepada 50 responden yang merupakan konsumen pengguna produk, maka jawaban responden untuk mengetahui hasil tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan maka digunakan skala nominal dengan pilihan jawaban Ya dan Tidak dengan

indikator dimensi kualitas, bentuk, ciri-ciri produk, kinerja, kesesuaian, ketahanan, keandalan, gaya dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

Kualitas Produk:

Bentuk

Untuk pertanyaan apakah produk Wardah memiliki bentuk kemasan yang sudah menarik dari produk lain, sebanyak 18% responden memberikan tanggapan Ya dan sebanyak 82% responden menyatakan Tidak. Dengan demikian pernyataan Tidak adalah suara terbesar dari hasil kuesioner.

Ciri-ciri Produk

Untuk pertanyaan apakah produk Wardah memiliki tekstur yang lembut dari produk yang lain, sebanyak 82% responden memberikan tanggapan Ya dan sebanyak 18% responden menyatakan Tidak. Dengan demikian pernyataan Ya adalah suara terbesar dari hasil kuesioner.

Kinerja

Untuk pertanyaan apakah produk Wardah dapat merawat berbagai jenis kulit, sebanyak 82%

responden memberikan tanggapan Ya dan sebanyak 18% responden yang menyatakan Tidak. Dengan demikian pernyataan Ya adalah suara terbesar dari hasil kuesioner.

Kesesuaian

Untuk pertanyaan apakah hasil yang diberikan produk Wardah sesuai diinginkan konsumen, sebanyak 12% responden yang memberikan tanggapan Ya dan sebanyak 88% responden yang menyatakan Tidak. Dengan demikian pernyataan Tidak adalah suara terbesar dari hasil kuesioner.

Daya Tahan

Untuk pertanyaan apakah produk Wardah memiliki masa jangka pemakaian, sebanyak 96% responden memberikan tanggapan Ya dan sebanyak 4% responden yang menyatakan Tidak. Dengan demikian pernyataan Ya adalah suara terbesar dari hasil kuesioner.

Keandalan

Untuk pertanyaan apakah produk Wardah merawat kulit menjadi lebih baik sebanyak 94% responden memberikan tanggapan Ya dan sebanyak 6% responden menyatakan

Tidak. Dengan demikian pernyataan Ya adalah suara terbesar dari hasil kuesioner.

Gaya

Untuk pertanyaan apakah produk Wardah membuat penampilan konsumen lebih percaya diri, sebanyak 42% responden memberikan tanggapan Ya dan sebanyak 58% responden yang menyatakan Tidak. Dengan demikian pernyataan Tidak adalah suara terbesar dari hasil kuesioner.

Desain

Untuk pertanyaan apakah produk Wardah memiliki desain yang sudah menarik dari produk lain, sebanyak 36% responden memberikan tanggapan Ya dan sebanyak 64% responden yang menyatakan Tidak. Dengan demikian pernyataan Tidak adalah suara terbesar dari hasil kuesioner.

Kepuasan Konsumen

Untuk pertanyaan apakah produk Wardah sudah sesuai keinginan konsumen, sebanyak 46% responden memberikan tanggapan Ya dan sebanyak 54% responden yang menyatakan Tidak. Dengan demikian

pernyataan Tidak adalah suara terbesar dari hasil kuesioner yang telah disebarluaskan kepada 50 responden.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kualitas Produk

a. Bentuk

Sebanyak 18% responden menyatakan Ya atau produk Wardah memiliki bentuk kemasan yang berbeda dengan produk lain dan 82% responden menyatakan Tidak. Dengan demikian disimpulkan bahwa produk Wardah belum memiliki keunggulan pada variabel bentuk, karena menurut Kotler (2010: 361), “salah satu dimensi dari kualitas suatu produk adalah bentuk, yaitu dimensi yang berhubungan dengan fungsi utama dari suatu produk”.

b. Ciri-ciri Produk

Sebanyak 82% responden menyatakan Ya dan 18% responden menyatakan Tidak. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa produk Wardah sudah memiliki tekstur yang lembut. Hal ini sudah sesuai dengan teori Kotler (2010: 361) yang menyatakan bahwa “salah satu dimensi dari kualitas produk adalah ciri-ciri produk, di mana ciri

produk ini menunjukkan karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar”.

c. Kinerja

Sebanyak 82% menyatakan Ya dan 18% responden menyatakan Tidak. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan produk Wardah sudah dapat merawat berbagai jenis kulit. Kinerja dari suatu produk yang kurang baik harus menjadi perhatian besar dan dengan dimensi kinerja ini menunjukkan aspek fungsional suatu produk dalam kepuasan konsumen menggunakan produk, jadi perusahaan harus dapat memperbaiki kualitas produk agar tidak gagal dalam menjalankan fungsi utama suatu produk.

d. Kesesuaian

Sebanyak 26% menyatakan Ya dan 74% menyatakan Tidak atau hasil yang diberikan produk Wardah masih belum sesuai dengan keinginan konsumen. Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa hasil yang diberikan produk Wardah masih tidak sesuai dengan keinginan konsumen yang ingin hasilnya secara instant.

e. Daya Tahan

Sebanyak 96% yang menyatakan Ya atau produk Wardah memiliki masa jangka pakai dan 4% responden menyatakan Tidak. Dengan kata lain dapat disimpulkan produk Wardah memiliki masa jangka pakai. Hal ini sudah sesuai dengan teori Kotler (2010: 361) yang menyatakan bahwa “salah satu dimensi dari kualitas produk adalah ketahanan, dimana ketahanan berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan”.

c. Keandalan

Sebanyak 18% menyatakan Ya atau setelah memakai produk Wardah dirasakan hasil yang berbeda ke arah yang lebih baik dan 86% responden menyatakan Tidak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keandalan dari sebuah produk merupakan probabilitas suatu produk berhasil menjalankan fungsinya. Hasil yang lebih baik yang diberikan produk Wardah dapat menjadi salah satu keunggulan lagi yang harus dipertahankan dikarenakan berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen.

d. Gaya

Sebanyak 42% yang menyatakan Ya dan 58% menyatakan Tidak atau produk Wardah belum membuat tampilan konsumen lebih percaya diri setelah menggunakan produk tersebut, karena menurut Kotler (2010: 361), “dari tujuh dimensi kualitas produk, salah satu dimensinya adalah gaya, di mana tampilan produk dan kesan konsumen terhadap produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen”.

e. Desain

Sebanyak 36% yang menyatakan Ya dan 64% menyatakan Tidak atau produk Wardah memiliki desain yang sudah menarik dari produk lain, karena menurut Kotler (2010: 361), “dari tujuh dimensi kualitas produk, salah satu dimensinya adalah gaya, di mana tampilan produk dan kesan konsumen terhadap produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen”.

2. Kepuasan Konsumen

a. Kualitas Produk

Produk Wardah sesuai harapan

Sebanyak 46% yang menyatakan Ya dan 54% responden

menyatakan Tidak atau produk Wardah belum sesuai dengan harapan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen masih belum puas menggunakan produk Wardah, karena belum sesuai harapan. Dengan kata lain, pengguna merasa kecewa terhadap produk Wardah yang sudah digunakan, karena masih belum sesuai harapan.

Berdasarkan uraian dan penjelasan tersebut di atas maka diharapkan kualitas produk Wardah edisi yang terbaru akan semakin diketahui dan dirasakan oleh pelanggan. Di samping itu, diharapkan dengan melakukan kebijakan melalui hasil kuesioner, maka pelanggan akan merasa puas dengan kualitas produk kosmetik Wardah edisi terbaru.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Guardian merupakan sebuah toko yang bergerak di bidang jasa pelayanan kebutuhan kesehatan dan kecantikan masyarakat Indonesia sejak 1990 di Plaza Indonesia. Jumlah gerai Guardian mencapai

sepuluh gerai di tahun 1998 dan Guardian Indonesia resmi menjadi bagian dari PT Hero Supermarket.

2. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan menunjukkan bahwa selama ini produk Wardah mengalami penurunan penjualan yang disebabkan kualitas produk Wardah edisi terbaru yang masih banyak belum diketahui dan dirasakan pelanggan dan pelanggan merasa tidak puas dengan kualitas produk kosmetik Wardah edisi terbaru dan berdasarkan jawaban responden, diperoleh hasil bahwa variabel bentuk, ketepatan dan kesesuaian, gaya, desain merupakan variabel yang berperan dalam kepuasan konsumen. Sementara berdasarkan hasil jawaban dari pertanyaan produk Wardah memiliki bentuk kemasan yang berbeda dengan produk lain, 82% responden menjawab Tidak, untuk pertanyaan hasil yang diberikan produk Wardah sesuai dengan keinginan konsumen, 74% responden menjawab Tidak, untuk pertanyaan produk Wardah

membuat penampilan konsumen lebih percaya diri, 58% responden menjawab Tidak, untuk pertanyaan produk Wardah memiliki desain yang sudah menarik dari produk lain, 64% responden menjawab Tidak, dan untuk pertanyaan produk Wardah sudah sesuai dengan harapan, 54% responden menyatakan Tidak.

Saran

1. Hendaknya pihak perusahaan memperbaiki kualitas produk Wardah agar memiliki bentuk kemasan yang berbeda dengan produk lain, produk Wardah harus mampu memberikan hasil yang sesuai dengan keinginan konsumen, produk Wardah harus mampu membuat penampilan konsumen lebih percaya diri lagi, dan produk Wardah harus memiliki desain yang sudah menarik dari produk lain dengan tujuan agar dapat meyakinkan orang lain bahwa produk Wardah memiliki keunggulan, baik dari segi mutu maupun tampilan.

2. Hendaknya pihak perusahaan meningkatkan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen, kualitas produk merupakan penentu konsumen untuk mengambil keputusan pembelian apabila merasa puas dengan produk Wardah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2002. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
<http://menurut.blogspot.co.id/2018/11/pengertian-kepuasan-konsumen-menurut.html>
- Kotler, Philip dan Armstrong, 2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putri, Amanda Dwi, 2021. *Kualitas Produk dalam Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2017 pada STIE Nasional Banjarmasin)*. Banjarmasin: STIE Nasional.
- Swastha, Basu, 2017. *Azaz-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan Hani T. Handoko, 2017. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy, 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.