

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada dasarnya wanita identik dengan kosmetik untuk tampil cantik dan percaya diri serta memperjelas identitas dirinya secara sosial di masyarakat. Pasar kosmetik Indonesia terus berkembang. BPOM mencatat jumlah perusahaan industri kosmetik naik sebesar 20,6% dari tahun 2021 berjumlah 819 menjadi 913 industri hingga Juli 2022. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), industri kosmetik yang meliputi kimia, farmasi, dan obat tradisional tumbuh 9,61% pada tahun 2021. Hasil sensus penduduk 2020 oleh Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat generasi Z mendominasi sebesar 27,94% dari total jumlah seluruh penduduk Indonesia 270,20 juta jiwa.¹ Benesik, Csikos, dan Juhes mengidentifikasi perbedaan generasi bahwa generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1995-2010, generasi Y adalah mereka yang lahir antara tahun 1980-1995, dan generasi X adalah mereka yang lahir antara tahun 1960-1980.² Survei *ZAP Beauty Index 2020* oleh *ZAP Clinic* dan *MarkPlus, Inc.* terhadap tiga generasi dalam menggunakan berapa persentase pendapatan mereka untuk perawatan diri dan kecantikan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1.1

Data Persentase Penggunaan Pendapatan Tiga Generasi untuk Perawatan Diri dan Kecantikan

No	Rentang Usia	Jumlah
1.	Umur 45 - 65 tahun (generasi X)	10% pendapatan
2.	Umur 24 - 44 tahun (generasi Y)	30% pendapatan
3.	Umur 9 - 23 tahun (generasi Z)	Hampir seluruh pendapatan

Sumber : zapclinic.com³

¹Badan Pusat Statistik Indonesia, Kajian Ekonomi & Keunagan, <https://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal/>, 2020.

² Badan Pusat Statistik Indonesia dan KemenPPPA, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia* (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), 15.

³ ZAP Clinic, <http://zapclinic.com/zapbeautyindex>. Diakses pada tanggal 18 September 2022 pukul 09.00 WIB.

Hasil dari tabel 1.1 menunjukkan generasi Z dengan usia produktif di bangku sekolah dan perguruan tinggi menjadi generasi paling banyak menghabiskan pendapatannya untuk perawatan diri dan kecantikan dengan membeli riasan wajah atau *make up*. Perguruan Tinggi Islam Negeri di Kota Kediri adalah IAIN Kediri. Mahasiswa IAIN Kediri Angkatan 2019 termasuk generasi Z dan usia produktif yang memiliki aktivitas sibuk seperti kuliah, KKN, magang, *hang out* bersama teman-teman, berorganisasi, bekerja, dan menghadiri berbagai acara lainnya. Hal ini erat kaitanya dengan bersosialisasi antar orang, rekan kerja, bahkan di lingkungan masyarakat, sehingga perlu menunjang penampilan. Kalangan mahasiswa paling melek terhadap perawatan diri dan kecantikan. Data mahasiswa program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 dan 2019 dikutip dari akademik IAIN Kediri berjumlah 193 dan 366 mahasiswa.⁴

Tabel 1.2

Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri

Fakultas	Prodi	Tahun Angkatan	
		2020	2019
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Syariah	193	366
	Perbankan Syariah	175	220
	Akuntansi Syariah	41	0
	Manajemen Bisnis Syariah	83	0
Total		492	586

Sumber : Data diolah peneliti dari Akademik IAIN Kediri 2021

Dari tabel 1.2 di atas menunjukkan jumlah terbanyak yaitu mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2019 berjumlah 366 terdiri dari 98 mahasiswa dan 268 mahasiswi. Oleh karena itu, peneliti memilih mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2019 sebagai responden penelitian.

⁴ Akademik IAIN Kediri, <https://akademik.iainkediri.ac.id/2021/01/01/rekapitulasi-data-mahasiswa-tahun-akademik-2020-2021/>. Diakses pada tanggal 18 Desember 2022 pukul 11.00 WIB.

Kemudian dilakukan penyebaran angket awal mengenai data pengguna lipstik pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2019 melalui kuesioner via *google form* sebagai berikut :

Tabel 1.3
Data Pengguna Lipstik Pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2019

No	Jenis Lipstik	Jumlah
1.	Pixy	18
2.	Maybelline	56
3.	Viva	22
4.	Revlon	35
5.	Wardah	110
6.	Lainnya	27
Total		268

Sumber : Data diolah peneliti⁵

Berdasarkan data tabel 1.3, tiga pengguna lipstik terbanyak adalah Wardah, *Maybelline*, dan *Revlon* masing-masing berjumlah 110, 56, dan 35. Hasil ini menunjukkan bahwa Wardah sebagai merek lipstik paling banyak diminati mahasiswi program studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2019. Lipstik merupakan salah satu jenis kosmetik paling sering digunakan wanita karena membuat riasan terlihat maksimal, mudah digunakan saat terburu-buru, bisa mencerahkan wajah agar tidak pucat dan kusut ketika tidak memakai riasan mata lain, serta saat bedak sudah luntur dari wajah sekalipun, bahkan dapat meningkatkan mood yang buruk. Lipstik Wardah sudah mendapat sertifikasi halal dari LP POMMUI dan BPPOM.⁶ Lipstik Wardah menduduki predikat TOP pada *TOP Brand Index* Fase 1 kategori perawatan pribadi (lipstik) secara berturut-turut dari tahun 2018-2022. Hal ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

⁵ Data Hasil Observasi, pada 20 Oktober 2022.

⁶ Dias Nurmalasari dan Budi Istiyanto, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta", *Jurnal Sinar Manajemen* Vol. 08 No. 01, Maret (2021).

Tabel 1.4
Top Brand Index Fase 1 Lipstik

No.	Brand Lipstik	TBI Tahun					
		2022	2021	2020	2019	2018	
1.	Wardah	27,2 %	31,9 %	33,5 %	33,4 %	36,2 %	TOP
2.	Maybelline	15,8 %	11,6 %	6,1 %	7,7 %	7,6 %	TOP
3.	Revlon	8,5 %	7,5 %	8,8 %	9,2 %	10,7 %	
4.	Pixy	2,8 %	5,6 %	5,4 %	6,0 %	7,5 %	
5.	Viva	2,4 %	3,3 %	4,1 %	4,5 %	7,6 %	

Sumber : www.topbrand-award.com⁷

Wardah yaitu salah satu merek lokal kosmetik Indonesia yang mengusung *brand image* halal yang dibuat dari bahan-bahan kemurnian alam, aman dengan proses halal, moderen, terpercaya, dan tidak memiliki efek samping sehingga tidak menimbulkan alergi. Produk lipstik wardah memiliki banyak varian warna mulai *nude* hingga *bold* dan masing-masing jenis memiliki tekstur berbeda. Lipstik wardah memiliki kandungan minyak zaitun lebih banyak sehingga lebih *glossy*, vitamin E yang dapat meredakan inflamasi, *squalane*, *shea butter*, *olive oil*, dan ekstrak *jojoba oil* yang dapat bertahan hingga 8 jam, menutrisi bibir, serta menjaga kelembapan bibir. Teksturnya juga lembab, nyaman, lembut, tanpa rasa lengket, ringan, dan cepat menempel di bibir, serta tahan lama yang akan tetap melekat meskipun dipakai makan dan minum.⁸ Sehingga penampilan mahasiswi yang memiliki aktivitas padat akan terjaga, tetap terlihat segar, dan tidak pucat. Berdasarkan survei yang dilakukan dari 110 mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2019 yang menggunakan lipstik wardah pada tabel 1.3 mempunyai tingkat kepuasan sebagai berikut :

⁷ <https://www.topbrand-award.com/> , diakses pada 29 Agustus 2022 pukul 07.29 WIB.

⁸ Luh De Ayuningrum Ratna Pertiwi, "Pengaruh Citra Merek dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Exclusive Matte Lipcream*", *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 7 No. 2, (2019).

Tabel 1.5

Data Frekuensi Jumlah Pembelian Produk Lipstik Wardah Pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2019

Frekuensi	Jumlah Mahasiswi
1 Kali	13
>1 Kali	97
Total	110

Sumber : Data Hasil Observasi

Pada tabel 1.5 jumlah mahasiswi yang membeli lipstik wardah lebih dari 1 kali sebanyak 97 mahasiswi. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui lebih jauh apa saja faktor yang menyebabkan mahasiswi mendapatkan kepuasan dalam menggunakan lipstik wardah, sehingga diambil 30 dari 97 mahasiswi pengguna lipstik wardah sebagai responden keterwakilan guna dilakukan survei sebagai berikut:

Tabel 1.6

Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2019

Faktor	Jumlah
Kualitas Produk	15
Pelayanan	6
Emosional	1
Harga	3
Biaya dan Kemudahan	5
Total	30

Sumber : Data hasil observasi⁹

Data tabel 1.6 menunjukkan kepuasan konsumen pada 30 pengguna Lipstik Wardah dengan hasil yaitu paling banyak faktor kualitas produk sebagai *driver* kepuasan pelanggan yang pertama berjumlah 15 mahasiswi. Konsumen perlu memperhatikan kualitas produk kosmetik yang akan digunakan pada bagian tubuh yang sangat sensitif seperti kulit wajah termasuk bibir. Konsumen yang puas akan membeli lagi dan memberitahu orang lain

⁹ Data Hasil Observasi, pada 20 Oktober 2022.

tentang pengalaman baiknya membeli produk tersebut. Maka *wardah cosmetics* termasuk lipstik wardah berkualitas sangat baik dengan bahan-bahan aman, tidak menimbulkan efek samping, dan halal yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen seperti rasa nyaman digunakan karena tidak menghalanginya untuk beribadah bagi konsumen muslim. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Lipstik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan Tahun 2019)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk lipstik wardah?
2. Bagaimana kepuasan konsumen lipstik wardah pada mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2019?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen lipstik wardah pada mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2019?

C. Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dalam penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui kualitas produk lipstik wardah.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen lipstik wardah pada mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Ekonomi Syariah angkatan Tahun 2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen lipstik wardah pada mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Ekonomi Syariah angkatan Tahun 2019.

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Penelitian merupakan syarat guna memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, menambah ilmu dan wawasan baru, serta sebagai wadah untuk berbagi ilmu dan wawasan kepada pembaca.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau sumber pengetahuan, sebagai bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

3. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan bagi perusahaan berkaitan dengan kualitas produk dan kepuasan konsumen.

E. Telaah Pustaka

1. Skripsi Achmad Sanusi berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Bakso Mayang Pucangsimo Kabupaten Jombang)” menunjukkan variabel harga dan kualitas produk berpengaruh simultan pada kepuasan konsumen 33,3%, sisanya 66,7% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu kualitas pelayanan, biaya, dan merek.¹⁰ Persamaan dengan riset penulis yaitu variabel X_2 (kualitas produk), variabel Y (kepuasan konsumen), dan metode kuantitatif. Perbedaannya riset ini menggunakan variabel X_1 (harga), jenis penelitian kuantitatif deskriptif, dan objek penelitian studi kasus di Bakso Mayang Pucangsimo Kabupaten Jombang. Sementara riset penulis hanya menggunakan 1 variabel X

¹⁰ Achmad Sanusi, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Bakso Mayang Pucangsimo Kabupaten Jombang)”. *Skripsi*. (Kediri: IAIN Kediri, 2022), 86.

(kualitas produk), tidak menggunakan variabel X (harga), jenis penelitian kuantitatif kolerasional, dan objek penelitian studi kasus pada mahasiswa IAIN Kediri Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2019.

2. Skripsi “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Diapers *Mamy Poko Pants X-Tra Kering* (Studi pada Keluarga *Bloom Treatment* Kota Kediri)” oleh Siti Riztanti menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh 62,2% terhadap keputusan pembelian, sisanya 37,8% dipengaruhi faktor lain di luar kualitas produk.¹¹ Persamaan dengan penelitian penulis yaitu variabel X (kualitas produk) dengan rancangan penelitian kuantitatif. Perbedaannya penelitian ini menggunakan variabel Y (keputusan pembelian) dan objek penelitian studi pada keluarga *Bloom Treatment* Kota Kediri. Sementara riset penulis hanya menggunakan variabel Y (kepuasan konsumen), dan objek penelitian studi kasus pada mahasiswa IAIN Kediri Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2019.
3. Skripsi Meiningsih berjudul “Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Minyak Goreng Sawit *Fortune* (Studi Kasus pada Pengunjung Swalayan Surya Cabang Kayen Kidul Kabupaten Kediri)” menunjukkan variabel kepuasan konsumen 86,9% dipengaruhi signifikan oleh variabel harga dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.¹² Persamaan dengan riset penulis yaitu variabel Y (kepuasan konsumen) dengan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya riset ini menggunakan variabel X (harga) dan objek penelitiannya pengunjung Swalayan Surya Cabang Kayen Kidul Kabupaten Kediri. Sementara riset penulis hanya menggunakan variabel X (kualitas produk), dan objek penelitian studi kasus pada mahasiswa IAIN Kediri Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2019.

¹¹ Siti Riztanti, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Diapers Mamy Poko Pants X-Tra Kering (Studi pada Keluarga Bloom Treatment Kota Kediri)”. *Skripsi*. (Kediri: IAIN Kediri, 2022), 81.

¹² Meiningsih, “Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Minyak Goreng Sawit Fortune (Studi Kasus pada Pengunjung Swalayan Surya Cabang Kayen Kidul Kabupaten Kediri)”. *Skripsi*. (Kediri: IAIN Kediri, 2022), 49.

4. Skripsi “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam” oleh Jeni Lezi Emrila menunjukkan variabel X_1 (kualitas produk), X_2 (kualitas pelayanan) berpengaruh parsial, simultan, signifikan pada variabel Y (kepuasan konsumen) sebesar 55,6% dan sisanya 44,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.¹³ Persamaan dengan penelitian penulis yaitu variabel X (kualitas produk), variabel Y (kepuasan konsumen), pendekatan kuantitatif. Perbedaannya objek penelitian pada konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam, variabel X_2 (kualitas pelayanan), dan jenis penelitian *causal* komperatif. Sementara riset penulis hanya menggunakan 1 variabel X (kualitas produk), tidak menggunakan variabel X (kualitas pelayanan), jenis penelitian kuantitatif kolerasional, dan objek penelitian studi kasus pada mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2019.
5. Skripsi Debby berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Setia Alam Berjaya” menunjukkan variabel X_1 (kualitas produk) 68,4%, variabel X_2 (harga) 71,7% berpengaruh signifikan pada variabel Y (kepuasan konsumen).¹⁴ Persamaan dengan riset penulis yaitu variabel X (kualitas produk) dan variabel Y (kepuasan konsumen). Perbedaannya konsumen pada PT. Setia Alam berjaya sebagai objek riset, variabel X_1 (kualitas produk), dan variabel X_2 (harga). Sementara riset penulis hanya menggunakan 1 variabel X (kualitas produk), tidak menggunakan variabel X (harga), dan objek penelitian studi kasus pada mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2019.

¹³ Jeni Lezi Emrila, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam”. *Skripsi*. (Batam: Universitas Putera Batam, 2021), 64.

¹⁴ Debby, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Setia Alam Berjaya”. *Skripsi*. (Tangerang: Universitas Buddhi Dharma, 2020), 110-111.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah kesimpulan sementara tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

1. Hipotesis (H_a) : Terdapat pengaruh dan hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen lipstik wardah.
2. Hipotesis (H_o) : Tidak terdapat pengaruh dan hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen lipstik wardah.