

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sejalan dengan perkembangan budaya dan teknologi, para produsen kecantikan menciptakan berbagai produk yang membantu konsumen wanita semakin cantik. Kosmetika berasal dari kata Yunani *kosmein* yang berarti berhias. Kosmetika sudah dikenal orang sejak berabad-abad yang lalu. Pada abad ke-19, pemakaian kosmetik perlu mulai mendapatkan perhatian. Selain untuk kecantikan juga untuk kesehatan. Perkembangan kosmetik dan industri kosmetik secara besar-besaran dimulai pada abad ke-20. Kosmetik menjadi salah satu bagian dari bisnis. Bahkan sekarang teknologi kosmetik begitu maju dan merupakan paduan antara kosmetik dan obat (*pharmaceutical*) atau yang disebut kosmetik medic (*cosmeceuticals*). Tidak dapat dipungkiri bahwa manusia sangat memerlukan produk kosmetik. Sejak 40 tahun terakhir, kosmetik berkembang sangat pesat.<sup>1</sup>

Seiring dengan perkembangan jaman, kosmetik seolah menjadi kebutuhan primer khususnya bagi setiap kaum wanita di dunia. Hal ini memberikan peluang bagi industri kosmetik di Indonesia, sehingga banyak bermunculan produk baru di pasaran yang dapat menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Di sisi lain, konsumen memiliki penilaian dan harapan tersendiri terhadap kosmetik yang mereka gunakan. Untuk mampu bersaing dan memuaskan konsumen, tentunya suatu produk harus memiliki

---

<sup>1</sup> Retno I Tranggono dan Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), 34.

keunggulan kompetitif dibanding dengan produk pesaing serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kondisi persaingan usaha saat ini semakin ketat, setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup dan berkembang. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan adalah mempertahankan pelanggan yang telah ada agar tidak meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan perusahaan lain.

Kebutuhan manusia akan berbagai macam produk semakin meningkat. Saat ini, manusia tidak hanya membutuhkan produk yang sekadar memenuhi kebutuhan sehari-hari, namun juga yang dapat memuaskan dirinya. Tuntutan manusia akan berbagai macam produk yang terus meningkat menyebabkan berbagai macam industri yang saling ada berlomba-lomba bersaing dengan ketat, dan terus berinovasi untuk menghasilkan produk-produk yang unggul.

Saat ini banyak orang khususnya wanita yang setiap hari senantiasa menggunakan kosmetik. Wanita adalah makhluk yang identik dengan keindahan, wanita ingin selalu tampil cantik dalam berbagai keadaan. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa wanita senang mempercantik diri dengan menggunakan berbagai macam kosmetik yang digunakan. Salah satu hal yang tidak lepas dari perhatian adalah kulit. Kulit yang sehat terdiri dari 90% air yang memberikan kekuatan dan fleksibilitas terhadap kulit untuk melindungi tubuh. Karena tubuh akan kehilangan cairan dalam setiap harinya, dikarenakan oleh faktor-faktor eksternal seperti cuaca, lingkungan, beberapa jenis sabun atau deterjen, pola makan, dan penggunaan pemanas atau pendingin ruangan, yang menyebabkan minyak alami pada kulit dapat hilang

melalui aktivitas normal pada setiap harinya. Karena faktor eksternal tersebut memperbanyak air yang hilang melalui kulit dengan melemahkan perlindungan kelembaban alami kulit, maka diperlukan produk perawatan kulit *hand and body lotion* yang dapat mengembalikan kelembaban, mencegah kekusaman, dan menutrisi kulit.

Sehingga dalam penelitian ini menggunakan objek produk kosmetik perawatan *hand and body lotion* yang cukup penting digunakan untuk kebutuhan sehari-hari untuk menjaga kulit tetap sehat dan lembab, karena kulit yang sehat dan terawat adalah kunci dari keindahan. Kulit yang sehat, bersih, dan cerah menjadi idaman perempuan masa kini. Terlebih penilaian “cantik” yang mengalami pergeseran makna seiring perkembangan jaman. Maka, tidak heran jika banyak kalangan muda atau remaja menuju dewasa yang memperhatikan penampilan dan merawat diri. Salah satunya adalah pada kalangan mahasiswa. Mereka tidak hanya menginginkan kulit cerah dan halus, tetapi juga sehat dan aman dengan menggunakan pelembab kulit atau *hand and body lotion*. Dengan aktivitas yang padat di dalam maupun di luar ruangan, mereka merasa untuk harus tetap melindungi dan menjaga kulitnya agar tetap terawat walaupun dengan aktivitas yang padat.

Sebagai muslim, merawat dan menjaga anugerah tubuh yang telah diberikan oleh Allah SWT adalah hal yang perlu. Merawat dan menjaga kesehatan kulit tubuh adalah menjadi perhatian utama. Allah SWT memerintahkan umatnya untuk melakukan segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya, sebagai bentuk keimanan kita terhadap kekuasaan-Nya. Seperti yang terkandung dalam QS. Al-Maidah [5]: 35

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَابْتَعُوا إِلَيْهِ الْوَسِيلَةَ وَجَاهِدُوا فِي سَبِيلِهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan carilah jalan yang mendekatkan diri kepada-Nya, dan berjihadlah pada jalan-Nya, supaya kamu mendapat keberuntungan”.<sup>1</sup>

Menurut istilah syariat, yang tersirat dalam QS. Al-Maidah [5]: 35 diatas, “*al-wasilah*” yang tersirat diatas adalah perintah kepada manusia, khususnya orang-orang yang beriman kepada Allah SWT, untuk melakukan segala perbuatan atau ibadah yang dapat mendekatkan diri kepada-Nya. Merawat dan menjaga kesehatan kulit muslim merupakan salah satu ibadah yang dapat dilakukan sebagai bentuk rasa syukur terhadap kesempurnaan tubuh yang telah diberikan Allah SWT. Merawat kulit tubuh atau kesehatan jasmani adalah perbuatan seseorang yang dikatakan bersyukur jika ia menjaga dan merawat dengan sebaik-baiknya dari apa yang telah diberikan kepadanya. Begitu pula menjadi makhluk yang pandai bersyukur atas nikmat yang diberikan, maka harus menjaga dengan baik kesehatan kulit dan merawatnya pula dengan sebaik-baiknya.<sup>2</sup>

IAIN Kediri adalah salah satu kampus Islam dan merupakan satu-satunya perguruan tinggi Negeri yang ada di Kota Kediri. IAIN Kediri memiliki empat fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Syariah, Tarbiyah, dan Ushuluddin. Salah satu fakultas yang diminati adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang mana terdiri atas dua program studi yaitu Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan mahasiswa program studi Ekonomi

<sup>1</sup> QS. Al-Maidah (5): 35.

<sup>2</sup> “Merawat Kesehatan Kulit untuk Mendekatkan Diri pada Allah SWT”, *Hayyu.id on line*, <http://hayyu.id/main/news/detail/36/merawat-kesehatan-kulit-untuk-mendekatkan-diri-pada-allah-swT>, diakses tanggal 9 September 2019 pukul 09.20 WIB.

Syariah angkatan 2018 sebagai responden karena pada empat tahun terakhir jumlah mahasiswa paling banyak adalah Ekonomi Syariah pada angkatan 2018. Berikut data jumlah mahasiswa aktif Program Studi Tadris Bahasa Inggris, Pendidikan Agama Islam, dan Ekonomi Syariah pada empat tahun terakhir adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data Mahasiswa Aktif TBI, PAI, dan ES Tahun 2016-2019**

Tahun	Tadris Bahasa Inggris			Pendidikan Agama Islam			Ekonomi Syariah		
	Lk	Pr	Total	Lk	Pr	Total	Lk	Prm	Total
2016	38	132	<b>170</b>	111	258	<b>369</b>	45	198	<b>243</b>
2017	23	150	<b>173</b>	114	248	<b>362</b>	43	121	<b>164</b>
2018	53	203	<b>256</b>	145	225	<b>370</b>	108	265	<b>373</b>
2019	55	155	<b>210</b>	153	218	<b>371</b>	117	249	<b>366</b>

*Sumber: Data Akademik IAIN Kediri (diolah)<sup>3</sup>*

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, data menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa aktif Program Studi Tadris Bahasa Inggris pada tahun 2016 adalah 170, tahun 2017 adalah 173, tahun 2018 adalah 256, dan tahun 2019 adalah 210 mahasiswa. Program Studi Pendidikan Agama Islam tahun 2016 adalah 369, tahun 2017 adalah 362, tahun 2018 adalah 370, dan tahun 2019 adalah 371 mahasiswa. Sedangkan Program Studi Ekonomi Syariah tahun 2016 adalah 243, tahun 2017 adalah 164, tahun 2018 adalah 373, dan tahun 2019 adalah 366 mahasiswa. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa mahasiswa perempuan terbanyak pada Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2018, sehingga peneliti mengambil mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2018 sebagai objek penelitian.

<sup>3</sup> Observasi, sumber data diambil dari akademik IAIN Kediri, 15 Februari 2020.

Dalam observasi awal yang diambil dari data mahasiswa di IAIN Kediri jumlah mahasiswa aktif pada program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Data Mahasiswa Aktif Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2018**

No.	Mahasiswa aktif	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	108	29%
2.	Perempuan	265	71%
	Total	373	100%

Sumber: Data Akademik IAIN Kediri (diolah)<sup>4</sup>

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, data menunjukkan bahwa jumlah total mahasiswa aktif pada program studi Ekonomi Syariah sebanyak 373 mahasiswa. Mahasiswa aktif laki-laki berjumlah 108 dan mahasiswa aktif perempuan berjumlah 265.

Dari data diatas, dapat diketahui berapa jumlah pengguna *hand and body lotion*. Berikut data pengguna *hand and body lotion* pada mahasiswi prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018:

**Tabel 1.3**  
**Data Penggunaan *Hand and Body Lotion* pada Mahasiswi**

Penggunaan <i>Hand and Body Lotion</i>		Persentase (%)
Ya	249	94%
Tidak	16	6%
Jumlah	265	100%

Sumber: Hasil observasi pada tanggal 8 September 2019 (diolah)

Tabel 1.3 menjelaskan bahwa dari jumlah total 265 mahasiswi aktif program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018, data menunjukkan bahwa pengguna *hand and body lotion* adalah 249 dengan persentase sebesar 94%,

<sup>4</sup> Observasi, sumber data diambil dari akademik IAIN Kediri, 30 April 2019.

sedangkan yang tidak menggunakan *hand and body lotion* adalah 16 dengan persentase sebesar 6%.

Dari jumlah data diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa potensi pengguna produk *hand and body lotion* di kalangan mahasiswi relatif banyak seiring berkembangnya *trend fashion* tidak dapat dipungkiri bahwa manusia sangat memerlukan produk kosmetik perawatan kulit untuk menjaga kulit tetap sehat, lembab, dan tidak kusam dalam kegiatan sehari-hari. Hal ini dapat diketahui melalui data berikut:

**Tabel 1.4**  
**Hasil Observasi Awal pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah 2018**

No.	Merek	Responden
1.	Vaseline	133
2.	Citra	54
3.	Marina	47
4.	Lovely	2
5.	Shinzui	2
6.	Aishaderm	2
7.	Nivea	4
8.	Scarlett	3
9.	Merek Lain	2
Total		249

*Sumber: Hasil observasi pada tanggal 8 September 2019 (diolah)*

Tabel 1.4 menjelaskan bahwa dari 249 mahasiswa yang menggunakan *hand and body lotion*, merek Vaseline menduduki posisi pertama yang paling diminati oleh mahasiswi. Pengguna *hand and body lotion* Vaseline sebanyak 133 responden, *hand and body lotion* Citra sebanyak 54 responden, *hand and body lotion* Marina sebanyak 47 responden, *hand and body lotion* Lovely sebanyak 2 responden, *hand and body lotion* Shinzui sebanyak 2 responden, *hand and body lotion* Aishaderm sebanyak 2 responden, *hand and body lotion*

Nivea sebanyak 4 responden, *hand and body lotion* Scarlett sebanyak 3 responden, dan *hand and body lotion* merek lain sebanyak 2 responden.

PT. Unilever Indonesia Tbk adalah salah satu produsen *hand and body lotion* pasar di Industri consumer goods di Indonesia. Unilever Indonesia memiliki beberapa produk, salah satunya adalah Vaseline *hand and body lotion* yang merupakan produk perawatan kulit yang dipercaya selama lebih dari 140 tahun, yang dipercaya bahwa kulit yang benar-benar sehat dimulai dengan mengembalikan kelembapan kulit secara mendalam. Target utama produk *hand and body lotion* adalah wanita usia 18-30 tahun. Mahasiswi merupakan salah satu target pasar dari produk Vaseline *Hand and Body Lotion* ini.

Di mana pada awal mulanya Vaseline didirikan oleh Robert Chesebrough seorang ahli kimia berkebangsaan Inggris pada tahun 1870. Vaseline adalah gabungan benda semi padat dan hidrokarbon (dengan jumlah karbon terutama lebih tinggi dari 25), yang dipromosikan sebagai obat salep. Vaseline diakui oleh U.S Food and Drug Administration sebagai protektan kulit yang diterima secara luas digunakan untuk perawatan kosmetik. Pada awal ditemukan pada tahun 1859, Vaseline digunakan untuk menamakan jelly yang secara alami dihasilkan oleh pengeboran hasil minyak bumi yang diduga memiliki bahan-bahan yang dapat memperbaiki kulit. Chesebrough mencatat dan mengamati dengan cara bagaimana ia mengolesi kulit para pengebor dengan sisa-sisa pengeboran untuk membantu mereka memperbaiki luka gores dan terbakar. Dari hal itu, ia terinspirasi dan melakukan petualangannya kembali dalam memperbaiki kulit kering warga Amerika. Setelah berhasil



menyempurnakan teknik ekstraksi selama lima tahun, pada tahun 1865 Chesebrough mematenkan proses membuat petroleum jelly ini, permulaan dari tiga tahap pemurnian.<sup>5</sup>

Tiga tahap pemurnian adalah sebagai inti dari setiap produk dengan sejarah lebih lama dalam melembabkan dan memperbaiki kulit kering. Jelly yang dihasilkan melewati tiga tahap pemurnian ini yang menjadi keunikan merek Vaseline sehingga sampai saat ini, Vaseline merupakan satu-satunya petroleum jelly yang diberi Segel Tiga Tahap Pemurnian (*Triple Purification*). Karena produknya memiliki daya tarik bagi industri medis setelah menyaksikan secara langsung betapa murni dan aman produknya untuk berbagai macam kegunaan, lalu pada tahun 1870 Chesebrough mendirikan pabrik di Brooklyn, NY. Dari banyaknya manfaat yang diberikan oleh produk pelembab Vaseline, sehingga pada tahun 1987 produknya berkembang dan berinovasi mencakup produk pelembab *hand and body lotion* Vaseline yang menitikberatkan pada kebutuhan untuk memperbaiki dan melindungi kulit, tidak hanya sekadar mempercantik.<sup>6</sup> Berikut data merek yang masuk dalam Top Brand Index kategori *hand and body lotion*:

---

<sup>5</sup> “Vaseline Skincare untuk kulit kering dan sensitif”, *Vaseline on line*, [www.vaseline.com](http://www.vaseline.com), diakses tanggal 9 September 2019 pukul 07.58 WIB.

<sup>6</sup> Ibid.

**Tabel 1.5**  
**Berdasarkan Top Brand Index Hand & Body Lotion**

Tahun	Top Brand Index (TBI)		
	TBI Vaseline	TBI Citra	TBI Marina
2017	12.3% (3th TOP)	50.1% (TOP)	17.0% (TOP)
2018	13.4% (3th TOP)	42.9% (TOP)	20.7% (TOP)
2019	19.7% (2 <sup>nd</sup> TOP)	38.3% (TOP)	17.8% (TOP)

*Sumber: data diolah oleh peneliti.<sup>7</sup>*

Tabel 1.5 menjelaskan bahwa dari hasil *Top Brand Index Award hand and body lotion* merek Vaseline, tahun 2017 *hand and body lotion* vaseline memperoleh peringkat ketiga dengan persentase sebesar 12.3%. Tahun 2018 sebesar 13.4%. Kemudian tahun 2019 mengalami kenaikan dengan persentase yang cukup besar yaitu sebanyak 7.4% menjadi 19.7% dengan menduduki peringkat kedua setelah merek Citra. Meskipun Vaseline bukan peringkat pertama dalam *Top Brand Index Hand and Body Lotion*, namun persentasenya mengalami peningkatan.

Dari peningkatan tersebut dapat diketahui bahwa Vaseline sebagai *brand* perawatan kulit terdepan yang telah memperbaiki kulit dengan aman sejak tahun 1870, terus konsisten senantiasa mempelajari kebutuhan dan keinginan pelanggan, melakukan inovasi, dan pengembangan terhadap produk-produknya agar konsumen tetap loyal terhadap merek Vaseline. Terbukti dengan seiring beralihnya *modest fashion* dan penggunaan hijab wanita Indonesia, Vaseline hadir dengan produk terbarunya yakni Vaseline *healthy white Fresh & Fair Lotion* dengan sensasi menthol. Berikut varian lain produk *hand and body lotion* Vaseline yang dipasarkan di Indonesia:

<sup>7</sup> “Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap”, *Top Brand Award on line*, <http://www.topbrand-award.com>, diakses tanggal 5 September 2019 pukul 17.58 WIB.

**Tabel 1.6**  
**Hand and Body Lotion Vaseline berdasarkan varian**

No.	Produk	Varian
1.	<i>Total Moisture a Nouring Solution</i>	✓ <i>Vaseline Cocoa Glow</i> ✓ <i>Vaseline Nourishing</i> ✓ <i>Vaseline Aloe Fresh</i> ✓ <i>Vaseline Aloe Fresh SPF24</i>
2.	<i>Intensive Care a Complete Care Solution</i>	✓ <i>Vaseline Complete Care</i> ✓ <i>Vaseline Firming</i> ✓ <i>Vaseline Advance Strenght</i>
3.	<i>Healty Whitening Solution</i>	✓ <i>Vaseline Healthy White Night Repair</i> ✓ <i>Vaseline Healthy White Insta Fair</i> ✓ <i>Vaseline Healthy White SPF24</i> ✓ <i>Vaseline Healthy White</i> ✓ <i>Vaseline Healthy White Perfect 10</i> ✓ <i>Vaseline healthy white Fresh and Fair</i>
4.	<i>Outdoor Protection</i>	✓ <i>Vaseline Healthy Sunblock</i>

Sumber: data diolah oleh peneliti<sup>8</sup>

Loyalitas konsumen merupakan perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Sehingga, jika konsumen telah membeli dua atau tiga kali produk yang sama, maka otomatis telah dimasukkan sebagai konsumen yang loyal.<sup>9</sup> Berikut tabel jumlah pembelian *hand and body lotion* Vaseline pada mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2018:

**Tabel 1.7**  
**Jumlah Pembelian Hand and Body Lotion Vaseline pada Mahasiswi**

Beli 1 - 2 kali	7
Beli $\geq$ 2 kali	126

Sumber: Hasil observasi pada tanggal 8 September 2019 (diolah)

Tabel 1.7 menjelaskan bahwa dari responden yang memilih *hand and body lotion* merek Vaseline tersebut, 7 responden membeli 1-2 kali, 126 responden membeli lebih dari 2 kali atau rutin.

<sup>8</sup> "Vaseline Skincare untuk kulit kering dan sensitif", *Vaseline on line*, [www.vaseline.com](http://www.vaseline.com), diakses tanggal 7 September 2019 pukul 23:45 WIB.

<sup>9</sup> Hermawan Kartajaya, *Boosting Loyalty Marketing Performance* (Bandung: Mizan Pustaka, 2007), 134.

Loyalitas konsumen memberikan dampak signifikan bagi keuntungan perusahaan. Pelanggan loyal kemungkinan akan menunjukkan sikap dan perilaku positif, seperti pembelian ulang merek yang sama dan rekomendasi yang positif yang dapat mempengaruhi pelanggan lain untuk menggunakan merek tersebut.<sup>10</sup> Terdapat beberapa hal yang menjadi pertimbangan konsumen untuk menjadi loyal. Menurut Zikmund, loyalitas konsumen dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu faktor kepuasan (*satisfaction*); ikatan emosi (*emotional branding*); kepercayaan (*trust*); kemudahan (*choice reduction and habit*); pengalaman dengan perusahaan (*history with company*).<sup>11</sup> Berdasarkan observasi pada mahasiswi yang menggunakan *hand and body lotion* Vaseline, faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas mahasiswi untuk melakukan pembelian adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.8**  
**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Mahasiswi untuk Melakukan Pembelian**

No.	Faktor-faktor	Responden	Persentase (%)
1.	Kepuasan	17	48%
2.	Ikatan Emosi	3	9%
3.	Kepercayaan	8	23%
4.	Kemudahan	5	14%
5.	Pengalaman dengan Perusahaan	2	6%

Sumber: Hasil observasi awal pada tanggal 8 September 2019 (diolah)

Tabel 1.8 menjelaskan bahwa faktor yang paling besar mempengaruhi mahasiswi dalam melakukan pembelian ulang adalah faktor kepuasan dengan responden sebanyak 17 dan persentase sebesar 48%, kemudian faktor ikatan emosi sebanyak 3 responden dengan persentase 9%, faktor

<sup>10</sup> Arlan Tjahyadi Rully, "Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Hubungan Pelanggan Merek", *Jurnal Manajemen*, 1 Vol.6 (November, 2006).

<sup>11</sup> Vanessa Gaffar, *Manajemen Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), 72.

kepercayaan sebanyak 8 responden dengan persentase sebesar 23%, faktor kemudahan 5 responden dengan persentase 14%, dan faktor pengalaman dengan perusahaan sebanyak 2 responden dengan persentase sebesar 6%.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi konsumen. Hal ini bisa juga disebut sebagai kepuasan terhadap produk.<sup>12</sup> Konsep yang sangat erat kaitannya dengan kepuasan adalah loyalitas konsumen. Berdasarkan keterangan diatas, bahwa kepuasan konsumen perlu dipelihara dan dipertahankan agar dapat menciptakan dan mempertahankan loyalitas. Karena saat konsumen merasa puas, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang sehingga terbentuk loyalitas. Penelitian mengenai loyalitas sangat penting dilakukan karena apabila konsumen loyal pada suatu produk, maka perusahaan akan tetap dapat mempertahankan penghasilan dan laba yang diperoleh.<sup>13</sup> Sehingga penghasilan dan laba sangat mempengaruhi tingkat keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian pada mahasiswa IAIN Kediri dengan memfokuskan pengambilan responden pada program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018. Maka, dilakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK *HAND AND BODY LOTION* VASELINE (STUDI PADA

---

<sup>12</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2009), 139.

<sup>13</sup> Jonathan Sarwono, *Marketing Intelligence* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 148.

MAHASISWI IAIN KEDIRI PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2018)”.  
ANGKATAN 2018)”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan judul dan konteks penelitian diatas, penulis akan memfokuskan pada dua pokok masalah:

1. Bagaimana kepuasan mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kediri pada *Hand and Body Lotion* Vaseline?
2. Bagaimana loyalitas mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kediri pada *Hand and Body Lotion* Vaseline?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kediri pada *Hand and Body Lotion* Vaseline?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kepuasan mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kediri pada *Hand and Body Lotion* Vaseline.
2. Untuk mengetahui loyalitas mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kediri pada *Hand and Body Lotion* Vaseline.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kediri pada *Hand and Body Lotion* Vaseline.

#### D. Hipotesis Penelitian

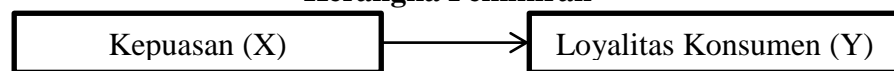
Hipotesis adalah dugaan yang bersifat sementara, yang masih memerlukan pembuktian. Karena ia merupakan dugaan, maka hipotesis harus dinyatakan dalam bentuk “pernyataan” dan sinkron dengan rumusan masalah.<sup>14</sup> Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah dan akan diterima jika fakta-fakta benar. Adapun hipotesis yang dapat dibentuk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ha : Ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen *Hand and Body Lotion* Vaseline pada mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018.
2. Ho : Tidak ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen *Hand and Body Lotion* Vaseline pada mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018.

#### E. Kerangka Konseptual

Untuk memudahkan dalam melakukan analisis penelitian ini maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Gambar 1.1 menunjukkan bahwa penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu *independent* dan *dependent*. Variabel *independent* (X) adalah kepuasan dan variabel *dependent* (Y) adalah loyalitas Konsumen. Kerangka teori diatas merupakan suatu perumusan untuk memperjelas

<sup>14</sup> Widodo, *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 58.

pola pikir dalam melakukan penelitian mengenai pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen produk *Hand and Body Lotion* Vaseline pada mahasiswi IAIN Kediri program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Skripsi ini disusun oleh penulis dengan tujuan bahwa penulisan skripsi ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi masyarakat umumnya. Sedangkan kegunaan pembahasan dalam skripsi ini antara lain:

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini dapat memberikan sumbangsih khazanah bagi ilmu pengetahuan di bidang Ekonomi Syariah. Penelitian ini juga diharapkan mampu mengembangkan ilmu pengetahuan dan menambah wacana dalam ilmu Ekonomi Syariah untuk semua pihak

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi penulis

Untuk memperoleh pengalaman praktis dalam penulisan karya ilmiah serta menambah wawasan pengetahuan tentang pengaruh kepuasan pada produk terhadap loyalitas konsumen.

- b. Bagi IAIN Kediri

Diharapkan hasil penelitian ini mampu menambah ragam karya ilmiah koleksi IAIN Kediri. Dan diharapkan dapat memberikan wacana tambahan mengenai pengaruh kepuasan pada produk terhadap loyalitas konsumen.



c. Bagi Mahasiswa IAIN Kediri

Hasil penelitian ini diharap mampu untuk memberi wacana kepada mahasiswa IAIN Kediri mengenai pengaruh kepuasan pada produk terhadap loyalitas konsumen.

d. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan landasan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya, serta membantu para peneliti lain untuk menjalankan penelitiannya yang berhubungan dengan penelitian ini.

e. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi khususnya dalam hal kepuasan konsumen.

## **G. Telaah Pustaka**

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian ini. Kegunaan dari penelitian terdahulu untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu sekaligus sebagai perbandingan dan gambaran untuk mendukung kegiatan penelitian berikutnya. Ada beberapa penelitian yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Latifatul Aini Mustafifin dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Sari Roti (Studi Kasus pada Santri Pondok Pesantren Badrul Falah Ploso Kediri)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pada merek Sari Roti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kepuasan terhadap loyalitas pada merek Sari Roti. Kepuasan santri terhadap Sari Roti di Pondok Pesantren Badrul Falah Ploso Kediri tergolong baik. Hal tersebut dibuktikan dengan kepuasan responden terhadap Sari Roti yang digunakan sebagai persediaan makanan ringan yang berkualitas. Sedangkan hasil dari hubungan kepuasan terhadap loyalitas konsumen adalah kuat searah. Hal tersebut dibuktikan dengan responden yang merasa bahwa Sari Roti dapat dikonsumsi oleh santri yang bersekolah formal yang jarang mengonsumsi nasi, sehingga hanya dapat membeli roti dan makanan ringan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Persamaan penelitian diatas, sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Variabel Y sama-sama membahas loyalitas konsumen, sedangkan variabel X sama-sama membahas tentang kepuasan konsumen, akan tetapi peneliti juga memperluas bahasan mengenai kepuasan produk. Sedangkan, Perbedaan pada objek yang diteliti yaitu produk yang digunakan adalah Merek Sari Roti pada Santri Pondok Pesantren Badrul Falah Ploso Kediri. Sedangkan dalam penelitian ini objek adalah *Hand and Body Lotion* Vaseline pada mahasiswi IAIN Kediri program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Dona Candra Sari dalam skripsinya yang Berjudul “Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk *Handbody Lotion* Marina (Studi Kasus pada Santriwati

Pondok Pesantren Al-Fattah Pule Tanjunganom Nganjuk)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh kepercayaan pada santriwati Pondok Pesantren Al-Fattah Pule Tanjunganom Nganjuk pada produk *Handbody Lotion* Marina, mengetahui loyalitas pada santriwati Pondok Pesantren Al-Fattah Pule Tanjunganom Nganjuk pada produk *Handbody Lotion* Marina, dan mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pada santriwati Pondok Pesantren Al-Fattah Pule Tanjunganom Nganjuk pada produk *Handbody Lotion* Marina. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh antara kepercayaan (X) dan loyalitas konsumen (Y) searah positif dan signifikan. Dari hasil analisis rumus *regresi linier* diperoleh hasil adanya pengaruh kepercayaan sebesar 24% terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti bahwa kepercayaan cukup berpengaruh terhadap loyalitas konsumen santriwati pada Pondok Pesantren Al-Fattah Pule Tanjunganom Nganjuk.

Persamaan penelitian diatas, sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan variabel Y sama-sama membahas mengenai loyalitas konsumen. Perbedaan penelitian terletak pada variabel X yang digunakan adalah kepercayaan, sedangkan pada penelitian ini variabel X menggunakan kepuasan. Dan objek yang digunakan adalah produk *Handbody Lotion* Marina pada Santriwati Pondok Pesantren Al-Fattah Pule Tanjunganom Nganjuk. Sedangkan, penelitian ini menggunakan objek *Hand and Body Lotion* Vaseline pada mahasiswa IAIN Kediri program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Gita Kurniawan Putra dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk *Outdoor* di Provinsi Lampung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kepercayaan merek yang terdiri dari karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik konsumen atas merek terhadap loyalitas pelanggan pada produk *outdoor* di Provinsi Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk *outdoor* di Provinsi Lampung. Besarnya pengaruh kepercayaan merek  $R^2$  adalah 0.427.

Persamaan penelitian diatas, sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan variabel Y sama-sama membahas mengenai loyalitas. Perbedaan penelitian terletak pada variabel X yang digunakan adalah kepercayaan merek, sedangkan pada penelitian ini variabel X menggunakan kepuasan. Dan objek yang digunakan adalah produk *outdoor* di Provinsi Lampung. Sedangkan, penelitian ini menggunakan objek *Hand and Body Lotion Vaseline* pada mahasiswa IAIN Kediri program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018.