

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia kecantikan berkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi mayoritas masyarakat terutama bagi para wanita. Gaya hidup masyarakat yang semakin peduli akan penampilan terutama dalam merawat kesehatan kulit menjadi peluang tumbuh dan berkembangnya berbagai industri kecantikan.

Semakin ketatnya perkembangan dunia bisnis kecantikan menjadi sebuah tantangan maupun ancaman bagi setiap pelaku usaha untuk memenangkan persaingan. Persaingan dalam usaha bidang kecantikan tersebut mengharuskan perusahaan meningkatkan kinerja produk yang ditawarkan untuk dan meningkatkan volume penjualan. Disisi lain perusahaan harus munumbuhkan meningkatkan kepuasan pelanggan. Lovelock menyatakan bahwa kepuasan merupakan kondisi emosional, reaksi pasca pembelian konsumen yang berupa kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kesenangan. Maka tidak mengherankan jika perusahaan terobsesi dengan kepuasan konsumen, karena kepuasan konsumen langsung berkaitan dengan pangsa pasar, kesetiaan konsumen serta profit.¹

¹ Meithina Indasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 84.

Kepuasan pelanggan yang tercipta mampu mendatangkan manfaat bagi perusahaan, yaitu hubungan perusahaan dengan pelanggan akan harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian kembali yang membangun loyalitas pelanggan serta dapat menciptakan rekomendasi kepada orang lain. Schanars menyatakan bahwa pada bidang usaha dasar tujuannya adalah untuk membuat semua konsumennya merasakan kepuasan.² Tujuan utama dari sebuah perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan, dimana pelaksanaannya dilakukan sesuai dengan harapan dari pelanggan. Dalam memenangkan persaingan bisnis kunci utamanya adalah memberikan nilai serta kepuasan kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan serta produk yang berkualitas. Oleh sebab itu, perusahaan harus terus membaca apa saja yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk mendapatkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Dalam usaha untuk memuaskan pelanggan, perusahaan harus memberikan kualitas produk yang terbaik sesuai keinginan konsumen serta kebutuhan dari konsumen. Kotler mengemukakan bahwa kualitas produk merupakan semua desain serta karakteristik suatu produk atau jasa yang dapat menunjang memuaskan pelanggan secara langsung ataupun secara tidak langsung.³ Kualitas produk adalah aspek penentu dari kepuasan pelanggan sesudah pelanggan membeli produk serta menggunakan produk. Maka memberikan produk yang berkualitas baik dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan. Agar keinginan pelanggan dapat terpenuhi, maka

² Nurhayani, *Strategi Pemasaran Kontemporer* (Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2019), 8–9.

³ Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 23.

perusahaan diharuskan memberikan produk yang berkualitas terbaik. Dengan memenuhi keinginan dari pelanggan yang kenyataannya sesuai dengan harapan pelanggan, maka mampu membuat pelanggan dapat menerima produk tersebut dan bahkan pelanggan tersebut sampai loyal.⁴

Saat ini perkembangan bisnis di Kota Kediri mengalami peningkatan dan persaingan yang ketat. Salah satu bidang usaha tersebut yaitu dibidang kecantikan, karena banyaknya masyarakat yang sadar terhadap pentingnya menjaga dan memelihara kesehatan kulit, hal tersebut menimbulkan bertambahnya jumlah klinik kecantikan yang menyediakan macam-macam produk dan perawatan yang beragam. Di Kota Kediri terdapat sejumlah daftar nama klinik kecantikan dalam persaingan dibidang usaha kecantikan diantaranya adalah:

Tabel 1.1
Klinik Kecantikan Kota Kediri

No.	Nama Klinik	Alamat	Tahun Berdiri
1.	Klinik Kecantikan Rosa	Jl. Mayor Bismo No. 39, Semampir, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri	2008
2.	Esther House Of Beauty	Jl. Hayam Wuruk, Balowerti, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri	2009
3.	Larisa Aesthetic Center	Jl. Panglima Polim No. 15, Dandangan, Kecamatan Kota	2009

⁴ Rachmad Hidayat, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 11, No. 1 (December 2009), 59.

		Kediri, Kota Kediri	
4.	Madani Skincare	Jl. Penanggungan No. 16, Bandar Lor, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri	2011
5.	Klinik Dermafit	Jl. Hayam Wuruk No. 9-12, Balowerti, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri	2012
6.	Loris	Jl. Imam Bonjol No. 362, Ngadirejo, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri	2014
7.	VZ Skin Care	Jl. Hayam Wuruk, Balowerti, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri	2015
8.	London Beauty Center	Jl. Hasanudin No. 06, Dandangan, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri	2015
9.	Naavagreen Natural Skin Care	Jl. Hasanudin No. 21, Dandangan, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri	2015
10.	Natasha Skin Clinic Center	Jl. Teungku Umar No. 38-40, Ngadirejo, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri	2018
11.	Klinik Kecantikan Clarice	Dandangan, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri	2018
12.	The Emde Skin Clinic	Jl. Brawijaya No. 21, Pakelan, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri	2018
13.	Olivia Beauty Center	Jl. Patimura No. 27, Setono pande, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri	2018

14.	DNI Skin Center	Jl. Hayam Wuruk H4, Balowerti, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri	2019
15	Erha Skin	Jl. Hayam Wuruk, Balowerti, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri	2020

Sumber : Data Diolah (2020)

Pada tabel 1.1 diketahui bahwa terdapat 15 nama kecantikan klinik kecantikan yang berada di Kota Kediri dengan menawarkan jasa perawatan kulit yang sejenis. Dengan adanya data diatas dapat dibuktikan jika pertumbuhan klinik kecantikan di Kota Kediri hampir setiap tahunnya mengalami peningkatan. Dari berbagai klinik kecantikan yang ada di kota Kediri, peneliti mengambil 3 perbandingan klinik kecantikan untuk dijadikan perbandingan, dengan alasan klinik kecantikan tersebut memiliki lokasi yang berdekatan dengan segmen pasar yang sama.

Tabel 1.2
Perbandingan antara Klinik Kecantikan Rosa, Larisa Aesthetic Center,
dan VZ Skin Care

Perbandingan	Klinik Kecantikan Rosa	Larisa Aesthetic Center	VZ Skin Care
Lokasi	Tempat mudah dijangkau, yakni Jl. Mayor Bismo No. 39, Semampir, Kecamatan Mojoroto, Kota	Tempat mudah dijangkau, yakni Jl. Panglima Polim No. 15, Dandangan, Kecamatan Kota Kediri, Kota	Tempat mudah dijangkau, yakni Jl. Hayam Wuruk, Balowerti, Kecamatan Kota Kediri, Kota

	Kediri	Kediri	Kediri
Fasilitas	Terdapat tv, pendingin ruangan, kamar mandi, majalah, menyediakan <i>snack</i> dan minuman yang dapat dibeli oleh pelanggan	Terdapat tv, pendingin ruangan, kamar mandi, majalah, menyediakan <i>snack</i> dan minuman	Terdapat tv, pendingin ruangan, kamar mandi, majalah
Promosi	Brosur, media sosial instagram, facebook	Brosur, media sosial twitter, instagram, facebook	Brosur, media sosial twitter, instagram, facebook
Variasi produk	28 produk	24 produk	23 produk
Harga produk	<i>Day cream</i> : 45.000 <i>Night cream</i> : 50.000	<i>Day cream</i> : 50.000 <i>Night cream</i> : 50.000	<i>Day cream</i> : 63.000 <i>Night cream</i> : 60.000

Sumber : Data Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 1.2, dapat diketahuui bahwa, diantara Klinik Kecantikan Rosa, Larisa Aesthetic Center, dan VZ Skin Care berlokasi ditempat yang mudah dijangkau. Klinik Kecantikan Rosa berada di Jl. Mayor Bismo No. 39, Semampir, Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri, Larisa Aesthetic Center Jl. Panglima Polim No. 15, Dandangan, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri, dan VZ Skin Care berada di Jl. Hayam Wuruk, Balowerti, Kecamatan Kota Kediri, Kota Kediri. Fasilitas yang disediakan oleh ketiga klinik sama-sama terdapat tv, pendingin ruangan, kamar mandi,

dan majalah. Namun pada Klinik Kecantikan Rosa menyediakan *snack* dan minuman yang dapat dibeli oleh pelanggan dan Larisa Aesthetic Center menyediakan *snack* dan minuman yang dapat diambil oleh pelanggan. Promosi yang dilakukan oleh ketiga klinik tersebut sama-sama menggunakan promosi melalui brosur, media sosial instagram, facebook. Namun, pada Larisa Aesthetic Center dan VZ Skin Care juga menggunakan media sosial twitter sebagai media promosi. Variasi produk pada Klinik Kecantikan Rosa sebanyak 28 produk, sedangkan Larisa Aesthetic Center 24 produk, dan VZ Skin Care 23 produk. Rentang harga produk yang ditawarkan oleh Klinik Kecantikan Rosa mulai dari 45.000 – 50.000, sedangkan Larisa Aesthetic Center 50.000, dan VZ Skin Care mulai dari 60.000 – 63.000. Berdasarkan data tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Klinik Kecantikan Rosa.

Klinik Kecantikan Rosa Kediri menawarkan jasa-jasa perawatan wajah untuk mengobati gangguan pada kulit wajah maupun meningkatkan tampilan kulit wajah, dengan menggunakan alat-alat teknologi modern dan tenaga profesional. Semua alat yang digunakan dapat dipastikan aman, seteril, dan terjaga kualitasnya. Klinik Kecantikan Rosa Kediri juga menawarkan produk kecantikan untuk mengatasi permasalahan kulit pelanggan. Produk yang ditawarkan oleh Klinik Kecantikan Rosa Kediri pun telah memperoleh nomor registrasi Badan POM Indonesia. Klinik Kecantikan Rosa Kediri memiliki dokter kecantikan untuk mendiagnosa jenis kulit yang dimiliki oleh pelanggan, sehingga pelanggan merasa aman karena dapat mengetahui

produk mana yang harus digunakan. Terdapat banyak produk jasa perawatan dan produk kecantikan yang ditawarkan oleh Klinik Kecantikan Rosa Kediri, dikarenakan Klinik Kecantikan Rosa Kediri mempunyai keunggulan tersendiri dalam mengembangkan usahanya, yaitu selalu mengupdated hal-hal yang terkait dengan tren kecantikan, sehingga kebutuhan ataupun keinginan dari pelanggan dapat terpenuhi. Peneliti melakukan observasi terhadap 35 responden dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.3

Data Pembelian Produk di Klinik Kecantikan Rosa Kediri

Variasi Produk	Jumlah
Produk jasa perawatan	9
Produk kecantikan	26
Total	35

Sumber : Data Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 1.3 dapat diketahui bahwa 9 responden memilih produk jasa perawatan dan 26 responden memilih produk kecantikan. Jadi, dari 35 responden mayoritas memilih produk kecantikan. Saat ini produk kecantikan merupakan hal yang cukup penting, karena banyaknya masyarakat yang sadar akan pentingnya menjaga kesehatan kulit dan mempercantik diri. Produk kecantikan digunakan baik setiap hari ataupun sesuai dengan anjuran dokter. Berdasarkan dari hasil observasi, berikut daftar produk kecantikan yang banyak dibeli di Klinik Kecantikan Rosa Kediri.

Tabel 1.4

Data Pembelian Produk Kecantikan di Klinik Kecantikan Rosa Kediri

Produk Kecantikan	Jumlah
<i>Day cream</i>	13
<i>Night cream</i>	9
Sabun muka	6
<i>Milk cleanser</i>	5
Serum	2
Total	35

Sumber : Data Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 1.4 dapat diketahui bahwa mayoritas responden Klinik Kecantikan Rosa memilih *day cream*, yaitu sebanyak 13 responden. *Day cream* adalah produk kecantikan yang digunakan pada pagi hari dan siang hari. Krim ini membantu melembabkan kulit wajah, serta menjaga kulit wajah dari berbagai masalah kulit. *Day cream* selain digunakan setelah membersihkan wajah juga dapat digunakan sebelum mengaplikasikan *makeup*. *Day cream* pada Klinik Kecantikan Rosa Kediri juga dilengkapi dengan kandungan *spf* yang berguna untuk melindungi wajah dari paparan sinar matahari. *Day cream* pada Klinik Kecantikan Rosa Kediri terdapat tiga macam, yaitu *day cream for oily skin*, *day cream for dry skin*, *day cream for normal skin*. Kebanyakan dari mereka melakukan pembelian produk *day cream* lebih dari satu kali. Hal ini dibuktikan pada tabel berikut:

Tabel 1.5
Frekuensi Pembelian *Day Cream* di Klinik Kecantikan Rosa Kediri

Frekuensi	Jumlah
------------------	---------------

1 kali	2
Lebih dari 1 kali	33
Total	35

Sumber : Data Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel 1.5, dapat diketahui bahwa mayoritas pembelian *day cream* di Klinik Kecantikan Rosa Kediri sebanyak lebih dari satu kali yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas. Pelanggan merasakan kepuasan karena pelanggan mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan, sehingga pelanggan melakukan pembelian lebih dari satu kali. Kepuasan pelanggan merupakan kondisi dimana kebutuhan dari pelanggan, keinginan pelanggan serta yang diharapkan oleh pelanggan mampu dipenuhi oleh perusahaan melalui produk yang telah digunakan.⁵ Menurut Irawan kepuasan pelanggan sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, emosional, biaya dan kemudahan.⁶ Berdasarkan data yang telah dipaparkan sebelumnya, tentunya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor tersebut. Berikut merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Klinik Kecantikan Rosa Kediri:

Tabel 1.6
Faktor-faktor yang Mempengaruhi
Kepuasan Pelanggan *Day Cream* Klinik Kecantikan Rosa Kediri

⁵ Indasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, 84.

⁶ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), 134.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	Jumlah
Kualitas pelayanan	10
Kualitas produk	18
Harga	5
Emosional	0
Biaya dan kemudahan mendapatkan produk	2
Total	35

Sumber : Data Diolah (2021)

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa dari 35 pelanggan Klinik Kecantikan Rosa Kediri lebih memilih kualitas produk, yaitu sebanyak 18 pelanggan. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kualitas produk dari Klinik Kecantikan Rosa Kediri untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, judul yang diangkat peneliti ialah **“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan *Day Cream* Klinik Kecantikan Rosa Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

Pada uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk *day cream* Klinik Kecantikan Rosa Kediri ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada pelanggan *day cream* Klinik Kecantikan Rosa Kediri ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan *day cream* Klinik Kecantikan Rosa Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kualitas produk pada *day cream* Klinik Kecantikan Rosa Kediri.
2. Mengetahui kepuasan pelanggan pada pelanggan *day cream* Klinik Kecantikan Rosa Kediri.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan *day cream* Klinik Kecantikan Rosa Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan dapat menjadi masukan bagi Klinik Kecantikan Rosa Kediri untuk menumbuhkan kepuasan terhadap pelanggan, serta diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran dalam dunia pendidikan serta dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Mendapatkan wawasan pengetahuan bagi penulis serta dijadikan sebagai pembanding antara ilmu yang didapatkan dibangku kuliah dengan praktek dilapangan.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini mampu digunakan untuk bahan pertimbangan oleh Klinik Kecantikan Rosa Kediri dalam rangka untuk meningkatkan kualitas produk untuk menumbuhkan kepuasan terhadap pelanggan.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan untuk memahami kualitas produk dan bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan bagi pembaca.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara rumusan masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga perlu untuk diuji secara empiris. Dikatakan jawaban yang bersifat sementara dikarenakan jawabannya baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan terhadap fakta-fakta empiris yang telah diperoleh.⁷ Maka berdasarkan dengan pengertian diatas, hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan *day cream* Klinik Kecantikan Rosa Kediri.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan *day cream* Klinik Kecantikan Rosa Kediri.

⁷ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), 27–28.

F. Telaah Pustaka

- a. Skripsi yang ditulis oleh Afifatun Janah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang 2019 dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Di Depot Hok Lay Kota Malang”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah faktor harga, produk, lokasi, promosi, *people*, proses dan *physical evidence* bebas (*marketing mix* 7P) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan untuk mengetahui faktor yang lebih dominan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian Afifatun Janah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan variabel bebas (*marketing mix* 7P) terdapat pengaruh secara silmutan terhadap kepuasan konsumen. Variabel yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang paling adalah variabel produk.⁸

Persamaan penelitian Afifatun Janah dengan penelitian ini adalah pertama, menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Kedua, menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya adalah yang pertama, terletak pada tempat penelitiannya, yaitu dalam penelitian Afifatun Janah memilih Depot Hok Lay Kota Malang, sedangkan dalam penelitian ini memilih Klinik Kecantikan Rosa Kediri. Kedua, variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Afifatun Janah adalah *marketing mix* 7P, sedangkan penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas produk.

⁸ Afifatun Janah, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Di Depot Hok Lay Kota Malang” (Universitas Muhammadiyah Malang, 2019).

- b. Skripsi yang ditulis oleh Ira Sulistiani mahasiswa Institut Agama Negeri Islam Kediri 2019 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Kosumen Air Minum dalam Kemasan AQUA”. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk cukup berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Paguyupan Pasundan Nganjuk berdasarkan analisis regresi liner sederhana.⁹

Persamaan penelitian Ira Sulistiani dengan penelitian ini adalah yang pertama, sama-sama membahas tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Kedua, sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya terletak pada tempat penelitiannya, yaitu dalam penelitian Ira Sulistiani memilih Paguyupan Pasundan Nganjuk sedangkan dalam penelitian ini memilih Klinik Kecantikan Rosa Kediri.

- c. Skripsi yang ditulis oleh Yunita Kurnia Sari Universitas Negeri Yogyakarta 2018 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Loyalitas Konsumen RnB Grill Yogyakarta”. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, pengaruh dari kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, dan pengaruh dari kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di RnB Grill Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan

⁹ Ira Sulistiani, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Kosumen Air Minum dalam Kemasan AQUA” (Institut Agama Negeri Islam Kediri, 2019).

metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitiannya adalah kualitas pelayanan dan produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara simultan dan secara parsial.¹⁰

Persamaan penelitian Yunita Kurnia Sari dengan penelitian ini adalah yang pertama, sama-sama membahas kualitas produk. Kedua, sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya adalah yang pertama, terletak pada tempat penelitiannya, yaitu dalam penelitian Yunita Kurnia Sari memilih RnB Grill Yogyakarta sedangkan dalam penelitian ini memilih Klinik Kecantikan Rosa Kediri. Kedua, variabel terikat yang digunakan yaitu dalam penelitian Yunita Kurnia Sari adalah loyalitas konsumen, sedangkan penelitian ini menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.

- d. Skripsi yang ditulis oleh Zida Ni'matu Sholehah mahasiswa IAIN Kediri 2020 dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sari Roti". Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kepuasan produk terhadap kepuasan pelanggan produk sari roti di Indomaret R.A Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitiannya adalah adanya hubungan signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan produk sari roti.¹¹

Persamaan penelitian Zida Ni'matu Sholehah dengan penelitian ini

¹⁰ Yunita Kurnia Sari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Loyalitas Konsumen RnB Grill Yogyakarta" (Universitas Negeri Yogyakarta, 2018).

¹¹ Zida Ni'matu Sholehah, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sari Roti" (Institut Agama Negeri Islam Kediri, 2020).

adalah yang pertama, sama-sama membahas pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Kedua, menggunakan sama-sama metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya ialah terletak pada tempat penelitiannya, yaitu dalam penelitian Zida Ni'matu Sholehah Indomaret R.A Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk, sedangkan dalam penelitian ini memilih Klinik Kecantikan Rosa Kediri.

- e. Skripsi yang ditulis oleh Eugenia Fanty Telasha mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie 2020 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kopi Janji Jiwa”. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kopi Janji Jiwa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.¹²

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Eugenia Fanty Telasha adalah yang pertama, sama-sama membahas pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Kedua, menggunakan sama-sama metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya adalah terletak pada tempat penelitiannya, yaitu dalam penelitian Eugenia Fanty Telasha memilih kopi Janji Jiwa sedangkan dalam penelitian ini memilih Klinik Kecantikan Rosa Kediri.

¹² Eugenia Fanty Telasha, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kopi Janji Jiwa” (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta, 2020).

