

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kecantikan menjadi salah satu tujuan utama wanita dan paling didambakan oleh setiap wanita. Mahanani et al (2021:450) menyatakan bahwa kecantikan juga dipandang sesuatu yang penting bagi seorang wanita. Secara umum kecantikan mengacu pada cerahnya wajah dan badan, paras wajah yang indah, keindahan dan kemolekan tubuh juga menjadi tolak ukur kecantikan bahkan wanita rela mengeluarkan banyak hartanya demi terlihat cantik, bersih, wangi dan cerah. Berbagai cara dilakukan agar mereka tampil dengan menarik karena wajah yang pertama kali bisa di lihat dengan indra penglihatan seseorang yang menjadi cermin kecantikan seseorang. Melalui pemikiran saat ini yang semakin maju menjadikan kecantikan sebagai tolak ukur masyarakat maka bisa disimpulkan bahwa trend kecantikan sudah menjadi gaya hidup masyarakat.

Banyak sekali individu yang berusaha menjadikan wajah mereka terlihat cantik, cerah, glowing dengan cara membeli dan menggunakan produk-produk kecantikan maka hal ini kecantikan bukanlah bawaan alamiah, tetapi sesuatu yang dapat dicapai oleh setiap wanita melalui pemakaian produk-produk yang tepat, Berarti menandakan bahwa kecantikan ini bisa di ubah seiring perkembangan zaman teknologi yang canggih dan produk kecantikan yang semakin hari semakin berinovasi menyajikan produk kecantikan seperti Skincare, Body care, Hair care Makeup hingga Parfum. Untuk memenuhi kebutuhan perawatan dan kecantikan maka banyak hadir toko kecantikan yang

menyajikan produk yang mereka butuhkan agar menjadi cantik, cerah, wangi salah satunya Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan.

Ratu *Cosmetics Store* merupakan salah satu toko kecantikan yang hadir di Pasuruan dengan banyak menyajikan produk kecantikan dan memberikan solusi terkait masalah kecantikan wanita dengan menyediakan berbagai merek produk kecantikan seperti Emina, Wardah, Make over, Ponds, Revlon dan masih banyak lagi. Di Ratu *Cosmetics Store* juga ditangani oleh *Beauty Advisor* (BA) yang professional setiap pembeli akan dilayani sebaik mungkin. Ratu *Cosmetics* juga tidak hanya berfokus pada perawatan wajah namun juga keindahan rambut dan tubuh, disana juga menyediakan riasan make up bagi yang akan melangsungkan acara pernikahan maupun wisuda atau acara penting lainnya.

Kalangan muda sampai kalangan dewasa juga tidak mau ketinggalan untuk membeli dan menggunakan produk kecantikan di Ratu *Cosmetics Store*. Persaingan bisnis kosmetik semakin ketat seiring dengan adanya perubahan gaya hidup konsumen. Kondisi tersebut mendorong pelaku bisnis untuk mengelola atau meningkatkan loyalitas pelanggan dengan maksimal dengan memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dalam proses pembelian sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Di sana para konsumen tidak selalu membeli akan tetapi ada yang hanya konsultasi mengenai masalah kulit wajah atau tubuh mereka dan karyawan akan memberikan solusi terkait masalah tersebut, bertanya tentang keunggulan produk yang diminati atau hanya sekedar cuci mata.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu toko merek atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Suryantini & Sujana, 2023:117). Menjaga loyalitas pelanggan sangatlah penting dan bisa berdampak dalam jangka panjang. Untuk itu perusahaan dapat memenuhi keinginan dari pelanggan seperti dengan memberikan pelayanan dan pengalaman positif ke pelanggan dan nantinya dapat mengakibatkan pelanggan tertarik untuk belanja kembali (Suryadi, 2021:105).

Penyebab loyalitas konsumen Ratu Cosmetics Store Kota Pasuruan menurun disebabkan karena konsumen menemukan kualitas produk yang lebih baik dari Ratu Cosmetics Store, harga produk lebih murah namun dengan kualitas produk yang sama, kualitas pelayanan dari karyawan toko kurang ramah dan cepat, karyawan kurang peduli dengan keluhan konsumen sehingga konsumen beralih, karena konsumen akan loyal ketika kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi dengan baik.

Pengalaman pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi loyalitas konsumen. Pengalaman Pelanggan adalah persepsi yang dimiliki pelanggan tentang produk, pelayanan, atau merek. Pengalaman pelanggan yang baik setelah membeli dan mengonsumsi suatu produk maupun jasa akan menaikkan rasa puas dan menaikkan rasa loyalitas yang tinggi pada pelanggan itu sendiri. Pengalaman pelanggan di Ratu *Cosmetics Store* terdapat kinerja karyawan yang kurang cepat dalam menangani kebutuhan konsumen, karyawan Ratu *Cosmetics Store* kurang perhatian dan kurang ramah terhadap pelanggan,

karyawan kadang tidak menjelaskan manfaat dan kegunaan produk, kurang memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan dan terkesan memandang status sosial sehingga membentuk pengalaman pelanggan dalam membeli yang kurang baik.

Menurut (Pasaribu et al, 2023:67) Pengalaman pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan. Ini berarti ketika pelanggan memiliki pengalaman yang baik dan positif akan mempertahankan pelanggan lama dan memperbanyak pelanggan baru hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suryantini et al (2023:121), (Ummi & Anita, 2023:70) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Menjual produk tidak hanya pengalaman pelanggan yang penting tetapi kualitas pelayanan juga sangat penting untuk dikaji lebih dalam. Adapun salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah Kualitas Pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan hal utama dalam kebutuhan pelanggan. Kualitas layanan yang baik terhadap pelanggan yang telah diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan karena pelanggan telah merasa puas atas jasa yang telah diterima.

Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan dengan baik dan memuaskan

(Kotler & Keller, 2021:442). Pada saat konsumen melakukan pembelian mereka mengharapkan kualitas pelayann yang mereka dapatkan sesuai dengan yang mereka harapkan yaitu dilayani dengan ramah tamah, sehingga konsumen tersebut merasakan kepuasan dari proses pembelian tersebut dan melakukan pembelian ulang.

Kualitas pelayanan di Ratu *Cosmetics Store* menurut sebagian konsumen menganggap kualitas pelayanannya kurang memuaskan dikarenakan banyak karyawan yang memberikan informasi yang salah terkait produk, tidak cepat dalam memberikan respon kepada konsumen, kurangnya ramah dalam menangani konsumen sehingga konsumen mendapatkan kesan yang buruk dalam membeli dan menganggap kualitas pelayanan Ratu *Cosmetics Store* kurang memuaskan.

Konsumen yang lebih puas dengan kualitas layanan atau produk maupun jasa suatu perusahaan maka makin besar pula kemungkinan mereka akan menggunakannya kembali. Hal ini secara tidak langsung akan mempertahankan pelanggan yang lama maupun yang baru, sebab dengan begitu mereka merasa dihargai ketika menggunakan produk atau jasa yang disediakan.

Penelitian (Suryantini et al, 2023:121) menyatakan adanya pengaruh yang menguntungkan tentang kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Umami & Anita, 2023:70), (Zahara, 2020:37) yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang menguntungkan terhadap loyalitas pelanggan. sedangkan dalam penelitian

yang dilakukan oleh (Budiono,2021:244) menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas dan perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Ratu Cosmetics Store Kota Pasuruan”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan ?
2. Apakah Pengalaman Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan ?
3. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Loyalitas Konsumen Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan.
2. Mengetahui Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan.

3. Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Menjadi bahan masukan melalui penelitian ini penulis diharapkan memiliki pengalaman dan ilmu-ilmu yang baru mengenai teori dalam pemasaran. Penulis juga diharapkan mampu untuk menerapkan teori-teori yang ada di dalam penelitian ini kedalam dunia pekerjaan.

2. Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat memberi gambaran mengenai pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen sehingga dapat menjadi masukan bagi lembaga dan masyarakat Pasuruan.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

4. Bagi Fakultas

Melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu dan pengetahuan baru tentang pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen. Penelitian ini juga dapat digunakan untuk sumber referensi studi penelitian selanjutnya.