

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perawatan yaitu hal yang sangat penting bagi semua orang, terutama bagi para remaja, baik wanita ataupun pria. Banyak remaja yang rutin melakukan perawatan karena manfaatnya yang besar dalam menjaga kesehatan dan penampilan kulit mereka. Perawatan ini umumnya lebih dikenal di kalangan remaja Wanita, tetapi semakin banyak juga remaja pria yang mulai memperhatikannya. Remaja sering kali mempunyai banyak kegiatan, baik di dalam ruangan ataupun di luar ruangan. Oleh karena itu, mereka cenderung memakai berbagai barang perawatan dalam rutinitas sehari-hari mereka, salah satunya ialah perawatan wajah.

Merawat wajah bisa dilakukan dengan cara yang cukup sederhana dan tidak memakan banyak waktu. Salah satu langkah mudah yang dapat diambil oleh remaja ialah membersihkan wajah memakai sabun cuci muka. Remaja sering kali mudah terdampak oleh barang kecantikan baru yang muncul di pasaran. Mereka cenderung mencoba berbagai barang atau sering berganti-ganti barang karena merasa tidak cocok atau mengalami efek samping pada kulit mereka. Menyadari hal ini, perusahaan-perusahaan kecantikan bersaing untuk menawarkan berbagai barang dengan berbagai strategi pemasaran. Mereka berupaya memenuhi kebutuhan dan harapan Pembeli dalam menghadapi persaingan di pasar barang kecantikan.

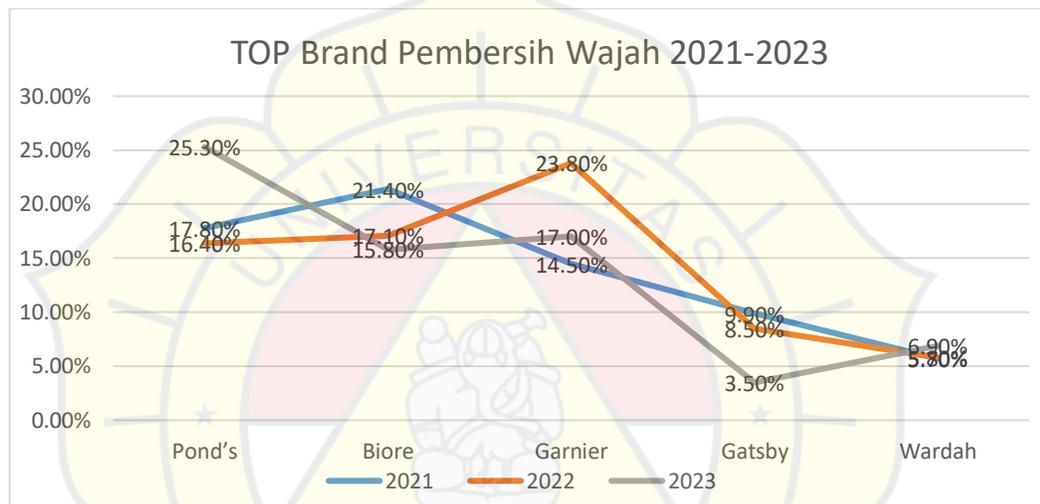
Menurut Rianto et al (2022:3) ide barang merujuk pada pengembangan barang yang dianggap baru dan segar oleh Pembeli. Secara sederhana, ide barang ialah upaya untuk memperkenalkan pembaruan atau perbaikan yang menjadikannya sebagai barang baru di pasar. Inovai barang juga yaitu hal yang sangat penting untuk membuat Pembeli menjadi puas terhadap barang. Sedangkan menurut ismunandar (2021:93) Ide barang yaitu usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memahami dan memenuhi harapan serta keinginan Pembeli yang mungkin berupa fantasi atau imajinasi mereka. Selain itu, ide barang juga mengikutsertakan pengembangan sesuatu yang unik, yang dapat membedakan perusahaan dari pesaingnya. Barang yang inovatif harus mempunyai identitas yang sulit ditiru oleh pesaing. Kreativitas dalam ide barang sangat penting untuk menciptakan kepuasan Pembeli, yang pada gilirannya dapat meningkatkan tingkat kepuasan mereka secara keseluruhan.

Menurut Ristia dan Marlien (2022:4) pengalaman Pembeli merujuk pada respon internal dan subjektif yang dirasakan Pembeli akibat keterkaitan mereka, baik secara langsung ataupun tidak langsung, dengan perusahaan. Untuk mempertahankan Pembeli, penting untuk menerapkan strategi yang tidak hanya berfokus pada kualitas barang, tetapi juga pada pengalaman Pembeli secara keseluruhan. Dengan meningkatkan pengalaman Pembeli, perusahaan dapat lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pembeli. Sedangkan menurut astiti *et al* (2022:289) menyatakan perusahaan yang mampu mengelola dan menerapkan manajemen pengalaman pembeli dengan baik akan merasakan hasil yang sangat positif. Mereka akan mengalami peningkatan kepuasan pembeli, penurunan jumlah keluhan,, serta peningkatan pendapatan. Selain itu, keberhasilan dalam manajemen pengalaman pembeli juga dapat meningkatkan kepuasan kerja di antara karyawan dan karyawan.

Barang pemberih wajah Pond's Bright Beauty harus selalu memberikan pengalaman yang bagus terhadap Pembeli yang memakai barang Pond's Bright Beauty, ide yang baru oleh Pond's yang di berikan oleh Pond's bagi para Pembeli supaya para Pembeli mendapatkan kepuasan dalam memakai barang pemberih wajah Pond's Bright Beauty sehingga Pembeli semakin percaya untuk memakai pembersih wajah Pond's Bright Beauty.

Saat ini, banyak sekali merek barang kecantikan yang tersedia di pasaran, salah satunya ialah Pond's. Merek ini cukup populer di kalangan remaja dan

menawarkan berbagai macam barang, termasuk sabun pembersih wajah, krim pemutih, masker wajah, dan pembersih makeup. Barang pembersih wajah Pond's bahkan telah meraih penghargaan Top Brand Award dalam kategori perawatan pribadi. Berikut ini ialah data table Top Brand Index untuk tahun 2021, 2022, dan 2023.



Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

**Gambar 1.1**

### **Grafik TOP Brand Pembersih Wajah 2021-2023**

Dari table diatas, bahwa barang pembersih wajah Barang Pond's pada *top brand index* 2023 berada di peringkat ke 1 dengan persentase 25,0%. Sedangkan Garnier berada diurutan 2 dengan persentase 17,00%, Biore berada diurutan ke 3 dengan persentase 15,80%, dan diurutan ke 4 Wardah dengan persentase 6,90%, dan yang terakhir Gatsby diurutan ke 5 dengan presentase 3,50%. Dapat

disimpulkan dari hasil persentase Top *Brand* pembersih wajah 2023 Pond's dan Garnier menjadi pilihan utama untuk Pembeli pengguna pembersih wajah, sedangkan objek dalam penelitian ini yaitu barang pembersih muka Pond's menjadi pilihan utama para Pembeli pembersih wajah.

Barang pembersih wajah Pond's pada *top brand index* 2022 berada di peringkat ke 3 dengan persentase 16.40%. Sedangkan Garnier berada di urutan 1 dengan persentase 23.80%, Biore berada di urutan ke 2 dengan persentase 17.10%, dan di urutan ke 4 Gatsby dengan persentase 8.50%, dan yang terakhir Wardah di urutan ke 5 dengan presentase 5,80%. Dapat disimpulkan dari hasil persentase Top *Brand* sabun pembersih wajah 2022 Garnier dan Biore menjadi pilihan utama untuk Pembeli pengguna pembersih wajah, sedangkan objek dalam penelitian ini yaitu barang pembersih muka Pond's masih belum menjadi pilihan utama para Pembeli sabun pembersih wajah.

Sedangkan barang pembersih wajah Pond's pada *top brand index* 2021 berada di peringkat ke 3 dengan persentase 17,80%. Sedangkan Biore berada di urutan 1 dengan persentase 21.40%, Garnier berada di urutan ke 3 dengan persentase 14.50%, dan di urutan ke 4 Gatsby dengan persentase 9.90%, dan yang terakhir Wardah di urutan ke 5 dengan presentase 5,70%. Dapat disimpulkan dari hasil persentase *Top Brand* pembersih wajah 2021 Pond's dan Biore tetap menjadi pilihan utama untuk Pembeli pengguna pembersih wajah, sedangkan objek dalam

penelitian ini yaitu barang pembersih muka Pond's menjadi pilihan utama para Pembeli pembersih wajah.



Sumber: [www.Ponds.com](http://www.Ponds.com)

**Gambar 1.2**

### **Ide Pond's Bright Beauty**

Website [www.Ponds.com](http://www.Ponds.com) tersebut sebagai media sosial yang digunakan sebagai salah sarana penyampaian informasi terhadap berbagai jenis barang merek Pond's, informasi yang baik dari setiap barang Pond's sehingga dapat membuat

para Pembeli terus dapat melihat ide barang terbaru yang dapat menarik Pembeli untuk membeli, dan dari yang kita ketahui memang barang merek Pond's sudah sangat di kenal oleh halayak luas, khususnya kalangan remaja.

Pond's telah meluncurkan inovasi terbaru dengan barang Pond's Bright Beauty, yang menawarkan pembersih wajah dengan tekstur krim lembut dan halus, dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan perawatan kulit. Barang ini mengandung Pro-Vitamin B3, yang bekerja secara mendalam untuk mengatasi bintik hitam dan masalah kulit gelap dari akar permasalahannya, sehingga memberikan efek kulit yang lebih halus dan cerah dalam waktu singkat, yaitu hanya 7 hari. Selain itu, Pond's Bright Beauty juga diperkaya dengan 7 Derma-Strong aktif, yang bekerja terus menerus selama 12 jam untuk memperbaiki lapisan kulit terdalam. Dengan pemakaian rutin, barang ini diklaim mampu memberikan kulit yang lebih bercahaya dan sehat dalam kurun waktu 7 hari, seperti yang diinformasikan di situs resmi [www.Ponds.com](http://www.Ponds.com). Menurut Diawati et al. (2020:35), ide barang dapat diartikan sebagai inovasi fungsional yang meningkatkan performa barang, menjadikannya lebih unggul dibandingkan barang serupa dari pesaing.

Ide yang dihadirkan Pond's Bright Beauty memang sangat baik dan beragam, namun ada beberapa efek samping yang perlu diperhatikan. Jika kulit tidak cocok dengan kandungan dalam Pond's Bright Beauty, salah satu efek samping yang mungkin muncul ialah jerawat. Biasanya, jerawat ini muncul dalam waktu 1 hingga 2 minggu setelah Penggunaan krim, terutama di area dahi dan pipi. Selain itu, ruam

kemurahan juga dapat terjadi akibat ketidakcocokan kulit dengan bahan aktif dalam krim. Meskipun bahan aktif tersebut dirancang untuk memutihkan kulit, ia dapat memicu reaksi seperti ruam kemurahan pada kulit yang tidak cocok.

Efek samping lainnya yang mungkin timbul dari Penggunaan Pond's Bright Beauty ialah gatal-gatal pada area kulit yang dioleskan krim. Jika kulit tidak cocok dengan kandungan dalam krim tersebut, gatal-gatal ini bisa muncul setelah beberapa kali pemakaian, biasanya sekitar 2-3 kali. Gatal-gatal pada area yang dioleskan krim bisa menjadi indicator bahwa kulit tidak sesuai dengan bahan aktif yang terkandung dalam Pond's Bright Beauty. Bahaya atau efek samping ini terjadi karena dua kemungkinan, yaitu memakai barang Pond's palsu atau bisa juga karena kandungan barang yang tidak cocok atau sensitif pada jenis kulit tertentu" di kutip dari artikel fermaleez.

Pond's ialah merek yang berasal dari Amerika Serikat dan saat ini dikelola oleh Unilever, menawarkan barang perawatan kecantikan dan kesehatan. Merek ini berawal pada tahun 1846 ketika Theron T. Pond (1800–1852), seorang apoteker dari Utica, New York, menciptakan krim awal menggunakan ekstrak witch-hazel (*Hamamelis spp.*), yang dia temukan berguna untuk merawat luka kecil dan masalah kulit lainnya. Barang ini awalnya dikenal sebagai "Golden Treasure," tetapi setelah Theron Pond meninggal, namanya diubah menjadi "Pond's Extract." Pada tahun 1849, Pond bersama beberapa investor mendirikan T. T. Pond Company. Namun, Pond kemudian meninggalkan perusahaan tersebut karena

masalah kesehatan dan meninggal pada tahun 1852. Pada tahun 1914, nama perusahaan diubah menjadi Pond's dan pusat barangnya dipindahkan ke Connecticut, sementara kantor penjualannya berlokasi di New York City. Memasuki abad ke-20, Pond's mulai mengembangkan barang kosmetik seperti "Pond's Vanishing Cream" dan "Pond's Cold Cream," menandai ekspansi mereka ke pasar perawatan wajah. Kini, Pond's mempunyai distribusi keseluruhan, termasuk di Spanyol dan beberapa negara Asia seperti India, Jepang, dan Thailand.

Pada tahun 1886, Pond's mulai melakukan kampanye iklan secara nasional dengan nama *Pond's Healing* hingga tahun 1910. Pada periode tersebut, Pond's telah menjadi merek yang mapan di kalangan Pembeli Amerika. Fokus perusahaan beralih pada "*Pond's Vanishing Cream*", dan mereka meluncurkan kampanye iklan yang mengikutsertakan selebriti, yang menjadikannya sangat populer. Seiring waktu, "*Pond's Healing*" menjadi kurang menonjol, sementara "*Pond's Vanishing Cream*" mendapatkan lebih banyak perhatian. Iklan untuk "*Pond's Healing*" dan "*Pond's Cold Cream*" hanya dicantumkan dalam ukuran kecil di bawah iklan "*Pond's Vanishing Cream*". Pada tahun 1914, penyebutan "*Pond's Healing*" dihilangkan dari iklan, dan perusahaan Pond's mulai mempromosikan "*Pond's Vanishing Cream*" dan "*Pond's Cold Cream*" secara bersamaan. Iklan baru ini menjelaskan fungsi masing-masing krim, dengan salah satu baris iklan menegaskan, "setiap kulit normal membutuhkan dua krim ini".

Sebagai hasil dari kampanye iklan yang baru, penjualan "*Pond's Vanishing Cream*" meningkat sebesar 60% pada tahun 1915, sementara penjualan "*Pond's Cold Cream*" meningkat 27%. Namun, pada tahun 1922, penjualan barang mulai menurun, karena banyak Pembeli yang merasa bahwa barang yang mudah ditemukan tidak bisa bersaing dengan barang "desainer" yang dianggap lebih berkualitas. Untuk mengatasi masalah ini, Pond's Company mulai menargetkan kalangan royalty, politisi, dan masyarakat kelas atas sebagai duta barang merek. Selain itu, iklan Pond's mulai muncul di majalan bergengsi seperti *Vogue*, untuk memberikan kesan bahwa barang mereka ialah barang berkualitas tinggi yang tetap terjangkau.

Dalam kunjungannya ke Amerika Serikat pada tahun 1923, Ratu Marie dari Rumania menunjukkan ketertarikan besar terhadap barang Pond's. Terpesona oleh kualitasnya, pada tahun 1925, ia mengirimkan surat kepada Pond's company untuk meminta tambahan barang. Surat tersebut kemudian dimanfaatkan dalam iklan barang, dan Ratu Marie bergabung dengan deretan selebriti yang mempromosikan Pond's.

Pada masa kunjungan Ratu Marie, Pond's Company mulai menyertakan sampel barang dalam iklan majalah mereka dan memperkenalkan karakter "Peter" serta "Polly Ponds" sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka untuk menarik perhatian konsumen umum. Pendekatan ini terbukti berhasil, sehingga penjualan krim wajah Pond's mengalami peningkatan. Namun, setelah tahun 1925, karakter-

karakter tersebut tidak lagi muncul dalam iklan perusahaan. Selama era Depresi pada tahun 1930-an, Pond's menghadapi penurunan dalam bisnisnya. Meskipun demikian, perusahaan terus berkembang secara bertahap dengan memperkenalkan barang-barang baru seperti Face Powder dan Angel Face.



Sumber: [www.reviews.femaledaily.com](http://www.reviews.femaledaily.com)

**Gambar 1.3**

### **Penilaian Pembeli Pond's Bright Beauty**

Pada Dari gambar 1.2 menunjukkan penilaian Pembeli terhadap pembersih muka pembersih wajah Pond's Bright Beauty, penilaian Pembeli memberi penilaian yang kurang begitu bagus dilihat dari angka penilaian yang hanya 4,0 dari 1380 *users*/Pembeli yang memakai pembersih wajah Pond's Bright Beauty, dari 1380 pengguna yang memberikan penilaian bintang 5 (lima) sebanyak 395 pengguna, yang memberikan bintang 4 (empat) 511 pengguna, yang memberikan bintang 3 (tiga) sebanyak 302 dan bintang 2 (dua) sebanyak 117 serta yang

memberikan penilaian yang paling rendah atau memberikan bintang 1 (satu) ialah 55 orang

Pengalaman Pembeli bisa diartikan sebagai tanggapan pribadi dan persepsi yang timbul pada konsumen akibat keterkaitan mereka dengan perusahaan, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Peneliti menemukan *review* Pembeli pembersih muka pembersih wajah Pond's Bright Beauty, yang di ambil dari sumber *Female Daily*, ialah :

**Table 1.1**

***Review Negative Pembeli Pembersih***

**Wajah Pond's Bright Beauty**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Review</b>	<b>Sumber</b>
1	Nisaindira	Aku beli ini karena awalnya mau beli yg milk tone-up creamnya yg udah aku cocok bgt, tapi krn gaada akhirnya cobain yg ini. Aku pake ini di slot tone up kalo buat dirumah aja kalo males mekapan. Dia ini level cerahnya masih natural, suka banget! Nggak patchy dan nyatu ke ke kulit aja. Hasilnya mattifying banget di aku, jadi mesti diprep pake serum/toner yg melembabkan. Yang formula baru ini ada shimmernya tapi di aku sih ga ganggu ya. Cuma sayangnya teksturnya aja	<a href="https://femaledaily.com/">https://femaledaily.com/</a>

		seret jadi hrs diblend cepet2. Repurchase? Maybe.. lebih suka sma tone up creamnya lebih lembab soalnya.	
2	Dararizkyamalia	Pertama kali nyoba Aku beli ini karena awalnya mau beli yg milk tone-up creamnya yg udah aku cocok bgt, tapi krn gaada akhirnya cobain yg ini. Aku pake ini di slot tone up kalo buat dirumah aja kalo males mekapan. Dia ini level cerahnya masih sedikit natural.	<a href="https://femaledaily.com/">https://femaledaily.com/</a>
3	Ikvjou	Pakai barang ini karena waktu itu lagi pergi dan kehabisan moisturizer terus cari ke warung gitu eh ada barang ini. Aku beli yang versi travel size-nya. Untuk barangnya sendiri sih, so-so ya. Teksturnya krim yang agak thick terus buat meratakannya agak sulit. Jadi, pakainya jangan kebanyakan biar enggak putih-putih dan peeling.	<a href="https://femaledaily.com/">https://femaledaily.com/</a>
4	mailaul	Love hate sama barang-barangnya ponds tapi yang ini kurang cukup cocok. Gak ada wangi yang macem-macem dan juga nyerap + lembapin kulitku dengan bagus. Ada sedikit efek tone up tapi gak yang lebay, dipakai buat base makeup masih oke dan gak whitecas	<a href="https://femaledaily.com/">https://femaledaily.com/</a>
5	Dewiviestya	Dapet sample ini dari goodies bag jxb 2022. Kalo	<a href="https://femaledaily.com/">https://femaledaily.com/</a>

		dari baunya ponds bangetttt, udah lama ga pake ponds tapi pas nyobain barang ini langsung keinget lagi. Oh iya day cream ini ada beberapa uv filter cuma ga dikasih tau spf berapanya. Oleh karena itu dia ada efek tone upnya (dari titanium dioxide). Cuma di aku efek toneupnya berlebihan dan malah jadi abu abu.	
6	<u>Debbykinclong</u>	kering ish .... baunya wangi enak.busa banyak tp kering .... jd aku kasi ke temen aku. mungkin ga fair untuk akunya review krn blm pake sampe habis. cuma di kulit muka aku jd kering keset ketarik gt.hopefully cocok di wajah para sista yaaaaah .....	<a href="https://femaledaily.com/">https://femaledaily.com/</a>
7	<u>rararann</u>	pokonya kulitku lagi rewel karna lepas dokter, aku pake ini soalnya baca ripiuw di fd dan banyak yg komen fw inj gak neko neko, in my face dia busanya super gentle dan lembut baged buat ngebersihin muka but, di aku dia bikin kulit ku minyakan pas udah siangnya repurchase? no, ini aja lagi nyari fw yg lebih cocok utk kulit ku	<a href="https://femaledaily.com/">https://femaledaily.com/</a>
8	<u>Desyanti17</u>	pas pertama make sih suka aja gitu soalnya dia bisa bikin wajah lebih cerah gitu sama wanginya juga	<a href="https://femaledaily.com/">https://femaledaily.com/</a>

		<p>ya enak gitu aku juga make nya setelah make micellar water dari nivea,tapi setelah 1 bulan pemakaian muka aku jadi beruntusan trus yang biasanya aku ga ada jerawat eh malah muncul jerawat,aku sih ga tau sebenarnya aku gak cocok nya sm micellar water nivea atau facial foam yang dari garnier ini,tapi setelah aku berhenti pake micellar water sm facial foam ini selama seminggu bruntusan sm jerawatnya mulai hilang gitu,jadi mau nyoba cari facial foam yang lain</p>	
9	Sulistiasemesta_	<p>For the first time iseng aja sih nyobain garnier yang khusus buat face wash, aku pikir bakalan cocok karena selama ini dah lama pake moistturizernya. Awalnya emang ga bermasalah, tapi setelah beberapa hari baru nyadar klo pake ini malah bikin wajah panas dan timbul jerawat kecil". Mungkin ga cocok di kulit aku but buat mencerahkan sih oke.</p>	<a href="https://femaledaily.com/">https://femaledaily.com/</a>
10	Tatatu	<p>Mulai dari aroma, dia biasa aja, I mean gaada wewangian aneh. Teksturnya padet, gampang dibusain, dan tipe busanya yg dense gitu. Mirip si se*ka. Gimana ya, aku love hate sih sebenarnya sama barang</p>	<a href="https://femaledaily.com/">https://femaledaily.com/</a>

		ini. Awalnya suka banget, karena pas dibilas wajah kerasa bener2 aluss dan ga gitu bikin ketarik juga. Eh setelah semingguan aku pake kok muncul jerawat di tempat yg sebelumnya mulus gapernah bermasalah. Padahal kalo ga bikin BO aku udah super love sama ini cleanser.	
--	--	---	--

Sumber: <https://femaledaily.com/>

Berdasarkan table 1.1 ada 10 *review* Pembeli yang menunjukkan bahwa pembersih muka pembersih wajah Pond's Bright Beauty mempunyai penilaian yang kurang baik. *Review* diatas bisa disimpulkan bahwa rata- rata Pembeli pembersih muka pembersih wajah Pond's Bright Beauty mengalami ketidakcocokan di wajah, kulit wajah menjadi ke abu-abuan, dan timbulnya jerawat yang mengakibatkan *review* Pembeli kurang begitu baik.

Peneliti menemukan permasalahan tentang efek samping yang di akibatkan dari pembersih muka pembersih wajah Pond's Bright Beauty“ efek samping ini biasanya disertai dengan rasa gatal pada kulit. Selanjutnya Saat memakai barang kecantikan, seperti pembersih, losion, atau masker menimbulkan rasa terbakar pada kulit, bisa jadi ini tanda kulit kamu mengalami alergi. Wajah tampak kemerahan saat memakai barang kecantikan, seperti pembersih, losion, atau masker menimbulkan rasa terbakar pada kulit, bisa jadi ini tanda kulit kamu mengalami alergi. Kulit kering karen tiak cocok saat memakai barang pembersih wajah Pond's Bright Beauty menimbulkan rasa terbakar pada kulit, bisa jadi ini

tanda kulit kamu mengalami alergi, dan munculnya jerawat. Di kuti dari artikel gooddoctor.

Penggunaan barang Pond's bisa menimbulkan beberapa efek samping, termasuk iritasi kulit, yang merupakan salah satu masalah umum. Beberapa barang Pond's mengandung bahan kimia yang bisa menyebabkan kulit kering, gatal, merah, atau terasa terbakar. Selain itu, timbulnya jerawat juga bisa terjadi karena beberapa barang Pond's mengandung bahan seperti minyak mineral yang dapat menyumbat pori-pori. Pori-pori yang tersumbat ini dapat menyebabkan jerawat pada wajah. Ada kemungkinan bahwa barang Pond's mengandung alkohol atau bahan kimia lain yang bisa menyebabkan kulit menjadi kering dan kasar. Jika Anda mempunyai kulit kering, sebaiknya hindari barang Pond's yang mengandung alkohol atau bahan kimia yang berpotensi memperburuk kekeringan kulit, seperti yang diinformasikan dalam artikel Floreseditorial.

Kepuasan Pembeli menurut Putra *et al* (2021:8) kepuasan pembeli ialah respon pembeli terhadap evaluasi perbedaan antara harapan mereka sebelum pembelian dan Pencapaian actual barang setelah mereka memakainya. Kepuasan ini mencerminkan perasaan seseorang setelah mendapatkan hasil dari suatu barang atau layanan, apakah hasil tersebut sesuai dengan harapan atau tidak. Dengan kata lain, kepuasan terjadi ketika harapan terpenuhi, sedangkan merasa tidak puas muncul ketika harapan tidak tercapai. Menurut astiti *et al* (2022:290) Pembeli yang merasa puas cenderung memberikan reaksi positif terhadap

layanan atau barang yang mereka terima dan lebih mungkin untuk membeli barang lain yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain itu, Pembeli yang puas dapat mendukung proses pemasaran secara tidak langsung melewati ulasan positif dan rekomendasi kepada orang lain.

Kepuasan pembeli dapat dipahami sebagai perbedaan antara ekspektasi dan pengalaman nyata yang diterima oleh pembeli terkait layanan atau barang. Jika pengalaman yang diterima jauh kurang memuaskan dibandingkan dengan harapan mereka, pembeli mungkin akan kehilangan minat terhadap barang atau penyedia layanan tersebut. Sebaliknya, jika barang atau layanan yang diterima memenuhi atau bahkan melebihi harapan pembeli, mereka cenderung akan terus menggunakan barang atau layanan tersebut dan berpotensi menjadi pelanggan setia. Untuk mencapai hal ini, perusahaan perlu terus berinovasi dan meningkatkan kualitas barang serta pengalaman pembeli. Peningkatan kepuasan pembeli tidak hanya akan menguntungkan perusahaan, tetapi juga membantu perusahaan dalam mempertahankan daya saingnya di pasar.

Berdasarkan latar belakang diatas, menjadi kajian tersendiri bagi analis untuk meneliti tentang Ide barang dan pengalaman Pembeli terhadap kepuasan Pembeli yang memakai pemberih wajah Pond's Bright Beauty. Maka dari itu, penulis tertarik dalam memilih judul ini sebagai berikut **“DAMPAK IDE BARANG DAN PENGALAMAN PEMBELI TERHADAP KEPUASAN PEMBELI**

## **PADA PENGGUNA PEMBERSIH WAJAH POND'S BRIGHT BEAUTY DI WILAYAH KOTA BEKASI”.**

### **1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah Dan Rumusan Masalah**

#### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Menurut latar belakang masalah yang sudah dikemukakan di atas, yaitu ialah :

1. Barang pembersih wajah Pond's Bright Beauty menawarkan inovasi dengan Pro-Vitamin B3 yang bekerja secara mendalam untuk mengatasi bintik hitam dan masalah kulit gelap dari sumbernya, sehingga memberikan kulit yang halus dan bercahaya hanya dalam waktu 7 hari. Selain itu, Pond's Bright Beauty mengandung 7 Derma-Strong aktif yang berfungsi tanpa henti selama 12 jam untuk memperbaiki lapisan kulit terdalam.
2. Barang pembersih wajah pond's bright beauty masih terdapat efek samping terhadap Pembeliya.
3. Adanya penilaian yang kurang bagus terhadap pond's bright beauty, dilihat dari penilaian 4,0 yang di ambil dari femaledaily.com.

4. Pengguna pembersih wajah pond's bright beauty mengalami gejala, timbulnya jerawat karena kulit wajah yang tidak cocok, kulit kering, warna kulit kusam ke abu-abuan. Di kuti dari [www.gooddoctor.co.id](http://www.gooddoctor.co.id) dan [www.femaleez.com](http://www.femaleez.com).

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Untuk menjaga agar penelitian tetap terfokus dan mencapai tujuannya, Batasan masalah perlu diterapkan guna menghindari pembahasan yang terlalu luas. Penelitian ini hanya akan mengkaji dampak ide barang dan pengalaman pembeli terhadap kepuasan pengguna pembersih wajah Pond's Bright Beauty yang berada di Kota Bekasi.

### **1.2.3 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian, ialah :

1. Apa dampak dari ide barang dan pengalaman pembeli terhadap kepuasan pengguna pembersih wajah Pond's Bright Beauty di Kota Bekasi?

2. Bagaimana ide barang berdampak terhadap tingkat kepuasan pengguna pembersih wajah Pind's Bright Beauty di Kota Bekasi?
3. Sejauh mana pengalaman pembeli berdampak terhadap kepuasan pengguna pemberih wajah Pond's Bright Beauty di Kota Bekasi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Menurut rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui ide barang dan pengalaman Pembeli berdampak terhadap kepuasan Pembeli pengguna pembersih wajah pond's bright beauty di wilayah Kota Bekasi ?
2. Untuk mengetahui ide barang berdampak terhadap kepuasan Pembeli pengguna pembersih wajah pond's bright beauty di wilayah Kota Bekasi ?
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengalaman Pembeli berdampak terhadap kepuasan Pembeli pengguna pembersih wajah pond's bright beauty di wilayah Kota Bekasi ?

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil analisis ini nantinya diharapkan bisa memberi kegunaan, baik kegunaan secara teoritis ataupun kegunaan secara praktis, diantaranya ialah :

##### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan analisis ini bisa memberikan kontribusi signifikan dalam bidang manajemen pemasaran serta menjadi referensi dan bahan studi untuk penelitian di masa depan. Fokusnya ialah pada pemahaman lebih dalam mengenai bagaimana ide barang dan pengalaman pembeli memengaruhi kepuasan konsumen, sehingga dapat menjadi acuan bagi pengembangan penelitian lebih lanjut di area tersebut.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga, serta saran dan manfaat bagi perusahaan dan pelaku bisnis. Dengan tingginya permintaan pembersih wajah, khususnya di kalangan remaja, penting bagi perusahaan untuk terus berinovasi dan mengembangkan barang mereka..