

## INTISARI

Seiring berjalannya waktu, kecantikan sudah bukan hanya menjadi suatu keinginan, melainkan sudah menjadi suatu kebutuhan yang berdampak pada semakin meningkatnya industri kosmetik di Indonesia baik produksi lokal maupun impor. Pasar industri kosmetik di Indonesia terus bertumbuh rata-rata 13,6% dari tahun 2009 sampai tahun 2015. Hal ini karena pasar kosmetik kini tidak lagi didominasi kaum wanita saja, karena kaum pria juga memiliki ketertarikan yang cukup tinggi untuk menggunakan produk kosmetik dan perawatan kulit, terutama di daerah perkotaan.

Industri kosmetik merupakan industri dengan tingkat persaingan yang tinggi di Indonesia. Persaingan bertambah ketat dengan diberlakukannya perdagangan bebas ASEAN Economic Community (AEC), di mana pasar industri kosmetik Indonesia juga diperebutkan oleh industri kosmetik dari negara ASEAN lainnya. Untuk mempertahankan pangsa pasar yang ada dan bahkan untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan sebaiknya fokus pada kepuasan dan loyalitas konsumen. Hal ini untuk mengantisipasi terjadinya perpindahan konsumen perusahaan kepada merek/brand perusahaan lain. Konsumen yang loyal biasanya akan melakukan pembelian ulang, komitmen terhadap produk dan juga akan merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang terdiri atas kualitas produk, harga, promosi penjualan, lokasi dan tenaga penjual pada kepuasan konsumen produk kosmetik DS Laboratories dan kemudian menganalisis pengaruh kepuasan konsumen pada loyalitas konsumen produk kosmetik DS Laboratories. Metode analisis yang digunakan untuk mendukung hipotesis yang diajukan adalah metode analisis linier sederhana dan berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen produk kosmetik DS Laboratories yang telah memakai produk minimal selama 1 bulan dengan metode *purposive sampling*, dengan responden sebanyak 100 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas produk, harga dan promosi penjualan berpengaruh positif signifikan pada kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor lokasi dan tenaga penjual berpengaruh tetapi tidak signifikan pada kepuasan konsumen. Selanjutnya kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan pada loyalitas konsumen produk kosmetik DS Laboratories.

**Kata kunci:** Bauran Pemasaran, Kualitas Produk, Harga, Promosi Penjualan, Lokasi, Tenaga Penjual, Kepuasan Konsumen, Loyalitas konsumen.

## ABSTRACT

*Along the course of time, beauty has become not only a desire, but also a necessity, which has an impact on increasing the cosmetics industry in Indonesia, in terms of cosmetics produced, both locally and abroad. The market of cosmetics industry in Indonesia continues to grow at an average growth rate of 13.6% from 2009 to 2015. This is because the cosmetics market is no longer dominated by women but also by men, because men, especially in urban areas, also have a high interest in using cosmetics and skin care products.*

*In Indonesia, cosmetics industry is an industry having a high level of competition. Competition is tighter by the implementation of free trade area of ASEAN Economic Community (AEC), in which the market for cosmetics industry in Indonesia is also contested by the cosmetics industry from the other ASEAN countries. Even only to retain the existing market share, not to win the competition, a company must focus on consumer satisfaction and loyalty. This is to prevent consumers from moving to the brands of other companies. Loyal consumers will usually make repeat purchases, commit to the product, and also recommend the company's products to others.*

*This study is aimed to determine the impact of marketing mix, which consists of product quality, price, sales promotion, location and sales force, on DS Laboratories' cosmetics consumers' satisfaction, and then analyze the impact of consumer satisfaction on the loyalty of DS Laboratories' cosmetics consumers. The method of analysis used to support the hypothesis is single and multiple linear analysis method. The samples used in this research were DS Laboratories' cosmetics consumers that have been using the product for at least 1 month with purposive sampling method, with 100 respondents.*

*The result of the research showed that the factors of product quality, price and sales promotion had positive impacts on consumer satisfaction. Product quality was the most dominant factor affecting consumer satisfaction. Meanwhile, factors of location and sales force had an impact, but it was not a significant one, on consumer satisfaction. Furthermore, consumer satisfaction had a significant positive impact on the loyalty of consumers of DS Laboratories' cosmetics.*

**Key words:** *Marketing Mix, Product Quality, Price, Sales Promotion, Location, Sales Force, Consumer Satisfaction, Loyalty of Consumers.*