RANCANGAN USULAN PENELITIAN SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Misrianti

NPM : 190214768

Judul : ANALISIS PERBANDINGAN PERSEPSI KONSUMEN TENTANG KUALITAS PRODUK KOSMETIK MEREK WARDAH DAN EMINA (Di Toko Oentha Kelurahan Mangkurawang)

1. Latar Belakang

Era globalisasi dan pasar bebas berbagai jenis barang dan jasa dengan berbagai merek membanjiri pasar Indonesia. Persaingan antar merek setiap produk akan menjadi tajam dalam memperebutkan konsumen. Bagi konsumen, pasar menyediakan berbagai pilihan produk dan merek yang banyak.Pengaruh globalisasi dalam dunia industri saat ini telah menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat dan kompetitif. Berdasarkan hal itu, maka perusahaan dituntut untuk dapat terus berkembang sehingga mampu menghadapi persaingan yang ada.

Perkembangan industri kosmetik tersebut menyebabkan persaingan yang semakin ketat diantara produsen kosmetik. Sehingga untuk dapat memenangkan persaingan tersebut maka produsen kosmetik diharuskan untuk bisa meningkatkan keunggulan produk. Dan selain itu produsen kosmetik juga harus bisa memahami keinginan dan kebutuhan konsumen (Digimind.id, n.d.)

Konsumen yang kritis akan memberikan evaluasi pascabeli. Hasil evaluasi pascabeli menghasilkan berbagai macam persepsi tentang produk tersebut.

2. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pendapat konsumen tentang dimensi kualitas produk kosmetik merk Wardah dan Emina ditinjau dari dimensi kinerja?
2. Apakah terdapat pendapat konsumen tentang dimensi kualitas produk kosmetik merk Wardah dan Emina ditinjau dari dimensi keandalan?
3. Apakah terdapat pendapat konsumen tentang dimensi kualitas produk kosmetik merk Wardah dan Emina ditinjau dari dimensi pelayanan?
4. Apakah terdapat pendapat konsumen tentang dimensi kualitas produk kosmetik merk Wardah dan Emina ditinjau dari dimensi fitur?
5. Apakah terdapat pendapat konsumen tentang dimensi kualitas produk kosmetik merk Wardah dan Emina ditinjau dari dimensi gaya dan desain?
6. Apakah terdapat pendapat konsumen tentang dimensi kualitas produk kosmetik merk Wardah dan Emina ditinjau dari dimensi daya tahan?

3. Tujuan

2.1. Mengetahui perbandingan pendapat konsumen tentang dimensi kualitas produk kosmetik merk Wardah dan Emina ditinjau dari dimensi kinerja.

2.2. Mengetahui perbandingan pendapat konsumen tentang dimensi kualitas produk kosmetik merk Wardah dan Emina ditinjau dari dimensi keandalan.

2.3. Mengetahui perbandingan pendapat konsumen tentang dimensi kualitas produk kosmetik merk Wardah dan Emina ditinjau dari dimensi pelayanan.

2.4. Mengetahui perbandingan pendapat konsumen tentang dimensi kualitas produk kosmetik merk Wardah dan Emina ditinjau dari dimensi fitur.

2.5. Mengetahui perbandingan pendapat konsumen tentang dimensi kualitas produk kosmetik merk Wardah dan Emina ditinjau dari dimensi gaya dan desain.

2.6. Mengetahui perbandingan pendapat konsumen tentang dimensi kualitas produk kosmetik merk Wardah dan Emina ditinjau dari dimensi daya tahan.

4. Manfaat Penelitian

3.1. Bagi penulis Agar dapat menerapkan teori-teori yang didapat dibangku kuliah didunia kerja yang sesungguhnya dan juga dapat menambah wawasan keilmuan strategi pemasaran.

3.2. Bagi Perusahaan Sebagai bahan masukan untuk Perbandingan Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Produk Kosmetik Merek Wardah Dan Emina di toko Oentha Kelurahan Mangkurawang.

3.3. Bagi dunia ilmu pengetahuan dapat dijadikan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya dan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan studi mengenai pemasaran.

5. Tinjauan Pustaka

4.1. Konsep Manajemen

4.2. Manajemen Pemasaran

4.3. Persepsi Konsumen

6. Penelitian Terdahulu

6.1. Iskandar, Dedi Januar Hutagalung, Raudatul Adawiyah (2019). The Effect Job Satisfaction And Organizational Citizenship Behavior (OCB): A Case Study On Employee Of Local Water Company : “Tirta Mahakam” Kutai Kartanegara Indonesia (Iskandar et al., 2019)

6.2. Silviana Purwanti, Faizal Reza, Yonathan Palinggi, Eddy Sugiarto (2022). Human Capital, Difussion Model, And Endogenous Growth: Evidence From Arellano-Bond Specificatio. (Soegiarto et al., 2022)

6.3. Ekowati, V. M., Sabran, S., Supriyanto, A. S., Pratiwi, V. U., & Masyhuri, M. (2021). Assessing the impact of empowerment on achieving employee performance mediating role of information communication technology. *Quality–Access to Success journal*, *22*(184), 211-216.(Ekowati et al., 2021)

6.4. Ekowati, V. M., & Supriyanto, A. S. (2022). The interactive effects of leadership styles on counterproductive work behavior: an examination through multiple theoretical lenses. *Quality–Access to Success*, *23*(188), 145-153. (Sabran et al., 2022)

6.5. Nilam Anggar Sari, Raudatul Adawiyah (2019). Economics Development Analysis Journal The Impact Of 900VA Electricity Tariff Adjusment On Household Consumption. (Sari & Adawiyah, 2019)

7. Objek Penelitian : Toko Oentha

8. Data yang digunakan

- Data Primer, dalam bentuk kuesioner
- Data Sekunder, dalam betuk study kepustakaan melalui literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian ini.

9. Variabel Penelitian

Kualitas Produk sebagai variabel bebas, berdasarkan enam dimensi kualitas produk yaitu Kinerja (Performance), Keandalan (Reability), Pelayanan (Service), Fitur (Feature), Gaya dan Desain (Esthetic), dan Daya Tahan (Durability).

10. Metode Analisis Data

• Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010) untuk menguji validitas kosntruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya.

• Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya atau diandalkan (Noor, 2011 : 130).

- Uji Normalitas

  Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah sampel yang diselidiki berdistribusi normal atau tidak.

- Uji Mann-Whitney

  Uji ini bertujuan untuk membantu peneliti dalam membedakan hasil kinerja kelompok yang terdapat dalam sampel (Sunjoyo et al, 2013 : 109).

DAFTAR PUSTAKA

Ekowati, V. M., Sabran, Achmad Sani, S., Pratiwi, V. U., & Masyhuri. (2021). Assessing the impact of empowerment on achieving employee performance mediating role of information communication technology. *Quality - Access to Success*, *22*(184), 211–216. https://doi.org/10.47750/QAS/22.184.27

Iskandar, I., Hutagalung, D. J., & Adawiyah, R. (2019). The Effect of Job Satisfaction and Organizational Commitment Towards Organizational Citizenship Behavior (OCB): A Case Study on Employee of Local Water Company "Tirta Mahakam" Kutai Kartanegara Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, *8*(3), 236. https://doi.org/10.26418/jebik.v8i3.35001

Sabran, Ekowati, V. M., & Supriyanto, A. S. (2022). The Interactive Effects of Leadership Styles on Counterproductive Work Behavior: An Examination Through Multiple Theoretical Lenses. *Quality - Access to Success*, *23*(188), 145–153. https://doi.org/10.47750/QAS/23.188.21

Sari, N. A., & Adawiyah, R. (2019). Economics Development Analysis Journal The Impact of 900VA Electricity Tariff Adjustment on Household Consumption. *Economics Development Analysis Journal*, *8*(2). http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj

Soegiarto, E., Palinggi, Y., Reza, F., & Purwanti, S. (2022). *Human Capital, Difussion Model, And Endogenous Growth: Evidence From Arellano-Bond Specification*. *19*(2). http://www.webology.org