

# PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN PRODUK KOSMETIK PEWARNA BIBIR LOKAL DENGAN KOREA

Ana Annisa, Yanladila Yeltas Putra  
Universitas Negeri Padang  
E-mail: [ananniisa@gmail.com](mailto:ananniisa@gmail.com)

*Abstract: Differences In Consumer Satisfaction In Using Lip Coloring Product. This research aims to examine differences in female consumer satisfaction in using local lip coloring cosmetic products with Korean lip coloring cosmetics. The design of this research is quantitative comparative, with the sample population is being early adult women in the province of West Sumatra. The sampling technique used was purposive sampling, the number of research subjects was 101 people. The analysis technique used is the t-test. The results showed that there were significant differences in consumer satisfaction between the use of local lip coloring cosmetic products and Korean lip coloring cosmetic products seen from the mean difference ( $101.55 > 91.86$ ) with a significance of  $p = 0.000$  ( $p < 0.05$ ). This means that consumer satisfaction who using local lip coloring cosmetics is higher than consumer satisfaction who using Korean lip coloring cosmetics.*

*Keywords: Customer satisfaction, local lip coloring, korean lip coloring*

**Abstrak: Perbedaan Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Produk Kosmetik Pewarna Bibir Lokal Dengan Korea.** Penelitian ini bertujuan untuk menguji perbedaan kepuasan konsumen wanita dalam menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan produk kosmetik pewarna bibir Korea. Desain penelitian ini adalah kuantitatif komparatif, dengan populasi pada penelitian ini adalah wanita dewasa awal yang berada di provinsi Sumatera Barat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, jumlah subjek penelitian sebanyak 101 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah uji *t-test*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan kepuasan konsumen yang signifikan antara penggunaan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan produk kosmetik pewarna bibir Korea dilihat dari perbedaan *mean* ( $101.55 > 91.86$ ) dengan signifikansi  $p=0.000$  ( $p<0.05$ ). Artinya kepuasan konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal lebih tinggi dari pada kepuasan konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir Korea.

**Kata Kunci:** Kepuasan konsumen, pewarna bibir lokal, pewarna bibir korea

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara industri terbesar di kawasan Asia. Hal tersebut dibuktikan dari data UNIDO sebuah organisasi pengembangan Industri milik PBB dimana Indonesia masuk pada peringkat 10 besar (Indoforwarding, 2018). Salah satu produk industri Indonesia yang semakin berkembang adalah produk kosmetik, yang mencapai Rp 36 triliun pada awal 2018 dengan produk pewarna bibir menyumbang cukup besar sekitar 17,2% (Fimela, 2018).

Salah satu produk kosmetik yang membantu pengembangan industri dan yang paling diminati masyarakat Indonesia adalah pewarna bibir. Produk pewarna bibir juga menduduki peringkat pertama dalam produk kosmetik yang digunakan oleh wanita Indonesia, yaitu sebanyak (80%) penggunaannya (YouGov, 2016). Berdasarkan survey yang dilakukan YouGov.com, ketika diminta memilih hanya satu produk untuk digunakan, 52% wanita Indonesia memilih produk pewarna bibir.

Berbagai negara kini berpacu dalam mengeluarkan produk kosmetik pewarna bibir, beberapa diantaranya adalah Indonesia (lokal), Jepang, Korea, Paris, Amerika Serikat, dan beberapa negara Eropa lainnya. Namun untuk di Indonesia sendiri produk kosmetik pewarna bibir yang paling banyak digunakan adalah produk kosmetik pewarna

bibir lokal dan Korea. Hal ini sesuai dengan laporan yang dikeluarkan oleh Kemenperin (2018) bahwa produk kosmetik dari negara Eropa dan Jepang terhitung cukup mahal dan konsumennya berasal dari kalangan menengah ke atas serta produk Eropa dan Jepang sangat jarang masuk ke Indonesia.

Berdasarkan penggunaan produk dua negara tersebut, salah satu respons yang biasanya muncul adalah kepuasan. Konsumen dalam hal ini tentunya memiliki kriteria tersendiri dalam memilih produk yang akan digunakan. Faktor penting yang diperhatikan dalam pemilihan produk kosmetik itu sendiri adalah faktor kepuasan (Ishak, 2005).

Irawan (2002) menjelaskan kepuasan sebagai persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Pedagang dituntut untuk menjadikan kepuasan konsumen sebagai prioritas yang paling utama, dimana tingkat kepentingan dan harapan konsumen serta kinerja dalam melayani konsumen sesuai dengan apa yang seharusnya diberikan. Menurut Kotler dan Keller (2009) konsumen yang merasa puas dengan suatu produk atau jasa biasanya cenderung akan bersikap *loyal*, merekomendasikan produk tersebut kepada calon konsumen lain dan konsumen yang merasa puas juga akan menjadikan perusahaan yang memberikan kepuasan

tersebut sebagai pertimbangan utama ketika ingin membeli produk lainnya.

Sasaran dari produk kosmetik pewarna bibir ini biasanya adalah wanita, terutama kalangan wanita dewasa awal. Menurut (Hurlock, 1980) dewasa awal dimulai dari usia 18 tahun sampai 40 tahun. Masa ini merupakan masa pembentukan kemandirian seseorang secara pribadi maupun ekonomi, seperti perkembangan karir, pemilihan pasangan, dan memulai keluarga (Santrock, 2002).

Kemandirian secara ekonomi pada usia dewasa awal ini mendorong seorang individu tersebut menjadi lebih konsumtif dalam membelanjakan uang mereka. Banyak kebutuhan yang harus mereka penuhi pada tahap usia tersebut, baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan primer. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratna dan Nasrah (2015) bahwa wanita dewasa awal yang sudah memiliki pekerjaan dan penghasilan sendiri akan lebih konsumtif dalam membelanjakan uang mereka.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, maka penting di lakukannya penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan kepuasan konsumen dalam menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan produk kosmetik pewarna bibir Korea. Apakah terdapat

perbedaan atau tidaknya di kawasan Sumatera Barat.

## METODE

Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis komperatif yang bersifat membandingkan. Variabel pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen sebagai variabel terikat dan kosmetik pewarna bibir lokal dan Korea sebagai variabel bebas. Populasi pada penelitian ini adalah wanita dewasa awal yang sudah berpenghasilan sendiri di Provinsi Sumatera Barat dengan jumlah sampel sebanyak 101 orang yang mana sampel terbanyak berprofesi sebagai pegawai perkantoran. Sampel tersebut diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria wanita berusia 18-40 tahun, menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dan Korea minimal masing-masing 3 jenis, sudah berpenghasilan sendiri, dan berdomisili di Sumatera Barat.

Pengumpulan data ini dilakukan dengan penggunaan skala kepuasan konsumen yang terdiri dari 34 item yang dikontibusi berdasarkan aspek-aspek yang ada. Skala ini sebelumnya diuji coba kepada 100 orang wanita dewasa awal sehingga didapatkan 14 item gugur dan 34 item valid dengan koefisien korelasi item bergerak

antara 0,313-0,657 dan koefisien reliabilitas sebesar 0,891. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik *t-test* untuk menguji signifikansi perbedaan dua buah *mean* yang berasal dari dua buah distribusi (Winarsunu, 2009).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Sampel pada penelitian ini sebanyak 101 orang wanita dewasa awal. Pada 20 subjek yang bekerja sebagai pegawai bank terdapat perbedaan kepuasan dalam menggunakan produk lokal dan Korea dengan perbandingan nilai *mean* ( $100.15 > 93.35$ ) dan signifikansi  $p=0,018$  ( $p<0,05$ ). Selanjutnya pada 46 subjek yang bekerja sebagai pegawai perkantoran terdapat perbedaan kepuasan dalam menggunakan produk lokal dan Korea dengan perbandingan nilai *mean* ( $101.48 > 92.57$ ) dan signifikansi  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ). Berikutnya pada 12 subjek yang bekerja sebagai pegawai apotek terdapat perbedaan kepuasan dalam menggunakan produk lokal dan Korea dengan perbandingan nilai *mean* ( $105.75 > 92.67$ ) dan signifikansi  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ). Selanjutnya pada 10 subjek yang bekerja sebagai dosen dan *staff* terdapat perbedaan kepuasan dalam menggunakan produk lokal dan Korea dengan

perbandingan nilai *mean* ( $101.40 > 84.10$ ) dan signifikansi  $p=0,001$  ( $p<0,05$ ). Namun untuk 13 subjek yang bekerja sebagai pegawai hotel tidak terdapat perbedaan kepuasan dalam menggunakan produk lokal dan Korea dengan perbandingan nilai *mean* ( $100.23 > 92.31$ ) dan signifikansi  $p=0,087$  ( $p<0,05$ ).

Berdasarkan perhitungan rerata hipotetik dan rerata empiris dari variabel kepuasan konsumen, rerata empiris dari variabel kepuasan konsumen lebih besar dari pada rerata hipotetiknya yaitu 101.55 berbanding 85. Ini berarti rata-rata sampel dalam penelitian ini memiliki minat kepuasan lebih tinggi dibandingkan populasinya.

Uji asumsi dilakukan sebelum uji normalitas dan uji linearitas. Hasil uji normalitas yang di dapat pada skala kepuasan konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal diperoleh dari nilai  $K-SZ=1.079$  dan  $p=0.195$  ( $p=0.055 > 0.05$ ). Sedangkan hasil uji normalitas yang di dapat pada skala kepuasan konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir Korea diperoleh dari nilai  $K-SZ=1.086$  dan  $p=0.189$  ( $p=0.055 > 0.05$ ). Sehingga menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen pada penelitian ini memiliki sebaran normal.

Hasil analisis uji beda dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal lebih tinggi dibandingkan kepuasan konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir Korea dibuktikan dari perbandingan nilai *mean* ( $101.55 > 91.86$ ) dan signifikansi  $p=0,000$

( $p<0,05$ ). Oleh karena itu, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan konsumen yang sangat signifikan antara kepuasan wanita yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan kepuasan wanita yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir Korea. Dengan artian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

**Tabel 1. Kriteria Kategori Skala Kepuasan Konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dan Korea serta Distribusi Skor Subjek (n= 101)**

Pewarna Bibir	Rumus	Skor	Kategorisasi	Subjek	
				F	Persentase (%)
Lokal	$(\mu+1,5\sigma) < X$	$109 < X$	Sangat tinggi	9	9 %
	$(\mu+0,5\sigma) < X \leq (\mu+1,5\sigma)$	$93 < X \leq 109$	<b>Tinggi</b>	<b>79</b>	<b>78%</b>
	$(\mu - 0,5\sigma) < X \leq (\mu+0,5\sigma)$	$77 < X \leq 93$	Sedang	13	13%
	$(\mu - 1,5\sigma) < X \leq (\mu - 0,5\sigma)$	$61 < X \leq 77$	Rendah	0	0%
	$X \leq (\mu-1,5\sigma)$	$X \leq 61$	Sangat rendah	0	0%
<b>Total</b>				<b>101</b>	<b>100%</b>
Korea	$(\mu+1,5\sigma) < X$	$109 < X$	Sangat tinggi	2	2%
	$(\mu+0,5\sigma) < X \leq (\mu+1,5\sigma)$	$93 < X \leq 109$	<b>Tinggi</b>	<b>57</b>	<b>56%</b>
	$(\mu - 0,5\sigma) < X \leq (\mu+0,5\sigma)$	$77 < X \leq 93$	Sedang	34	34%
	$(\mu - 1,5\sigma) < X \leq (\mu - 0,5\sigma)$	$61 < X \leq 77$	Rendah	8	8%
	$X < (\mu-1,5\sigma)$	$X < 61$	Sangat rendah	0	0%
<b>Total</b>				<b>101</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel kategori skor skala kepuasan konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal, 9 (9%) orang berada pada kategori sangat tinggi, 79 (78%) orang pada kategori kepuasan konsumen yang tinggi, 13 (13%) orang berada pada kategori kepuasan konsumen

yang sedang. Namun, untuk kategori kepuasan konsumen yang rendah dan sangat rendah tidak terdapat subjek didalamnya. Jadi dari kategori tersebut dapat disimpulkan bahwa secara umum subjek penelitian memiliki skor kepuasan konsumen tinggi.

Berdasarkan kategori skor skala kepuasan konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir Korea, terdapat 2 (2%) orang berada pada kategori sangat tinggi, 57 (56%) orang pada kategori kepuasan konsumen yang tinggi, 34 (34%) orang berada pada kategori kepuasan konsumen yang sedang, 8 (8%) orang pada kategori kepuasan konsumen yang rendah. Namun pada kategori kepuasan konsumen yang sangat rendah tidak terdapat subjek didalamnya. Jadi dari kategori tersebut dapat disimpulkan bahwa secara umum subjek penelitian memiliki skor kepuasan konsumen tinggi.

Hasil analisa data tambahan dalam membedakan kepuasan konsumen pada wanita dewasa awal yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan produk kosmetik pewarna bibir Korea, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan kepuasan konsumen pada aspek harapan dengan *mean* (25.47 > 22.76) dan signifikansi  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ), aspek kualitas dengan *mean* (27.68 > 23.85) dan signifikansi  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ), aspek *confirmation / disconfirmation* dengan *mean* (18.65 > 17.72) dan signifikansi  $p=0,001$  ( $p<0,05$ ), ketidaksesuaian dengan *mean* (18.99 > 17.35) dan signifikansi  $p=0,000$  ( $p<0,05$ ) pada wanita dewasa awal yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan produk kosmetik pewarna bibir Korea. Sementara itu pada

aspek perbandingan dengan *mean* (10.76 > 10.18) dan signifikansi  $p=0,059$  ( $p<0,05$ ) tidak terdapat perbedaan kepuasan konsumen wanita dewasa awal yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan produk kosmetik pewarna bibir Korea. Jadi secara keseluruhan perbedaan kepuasan konsumen wanita yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dan korea hanya ada pada empat aspek.

### **Pembahasan**

Penelitian ini dilakukan di beberapa kota yang terdapat di Provinsi Sumatera Barat dengan sampel wanita dewasa awal yang sudah berpenghasilan sendiri. Pada penelitian ini sebagian besar subjek berprofesi sebagai pegawai perkantoran. Wanita pada tahapan usia dewasa awal biasanya sudah mengalami peningkatan dalam hal kemandirian, salah satunya kemandirian dalam bidang ekonomi (Santrock, 2002). Ketika wanita sudah mampu mandiri dalam bidang ekonomi, biasanya wanita tersebut akan lebih konsumtif membelanjakan uangnya. Baik itu untuk kebutuhan pokok, maupun untuk kebutuhan sampingan. Hal ini juga diperkuat oleh hasil penelitian dari Ratna dan Nasrah (2015) yang menyatakan bahwa ketika wanita dewasa awal sudah memiliki pekerjaan dan penghasilan sendiri maka

pada saat itu mereka akan lebih konsumtif dalam membelanjakan uang untuk berbagai kebutuhannya.

Kebutuhan akan kosmetik merupakan salah satu yang harus dipenuhi oleh wanita. Salah satu produk kosmetiknya adalah produk kosmetik pewarna bibir. Tersebar berbagai jenis, bentuk dan asal dari produk-produk pewarna bibir. Dua diantaranya adalah produk kosmetik pewarna bibir lokal dan produk kosmetik pewarna bibir dari Korea. Kedua produk ini menjadi pilihan bagi konsumen wanita dewasa awal di Indonesia. Hal ini juga dijelaskan oleh Kemenperin (2018) bahwa di Indonesia penjualan produk lokal dan Korea lebih tinggi di bandingkan produk-produk dari Eropa dan Jepang.

Hal yang dirasakan konsumen pada saat berbelanja produk kosmetik, salah satu yaitu kepuasan. Menurut Kotler dan Armstrong (1999) kepuasan konsumen yaitu suatu kondisi dimana harapan konsumen mampu dipenuhi oleh produk. Kepuasan konsumen merupakan pondasi dasar dari kesuksesan sebuah usaha karena dengan adanya pelanggan yang puas maka nantinya pelanggan tersebut pasti akan kembali membeli produk yang sama dan tidak menutup kemungkinan pelanggan yang puas juga akan mengajak rekan-rekannya untuk ikut berbelanja barang tersebut (Bijana, 2011). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian

yang dilakukan bahwa kepuasan konsumen itu adalah hal penting serta merupakan kunci utama dari kesuksesan dari sebuah perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran ada atau tidaknya perbedaan kepuasan konsumen wanita dewasa awal yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan produk kosmetik pewarna bibir Korea. Hasil analisis uji beda mengenai perbedaan kepuasan konsumen wanita dewasa awal dalam menggunakan produk kosmetik pewarna bibir menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan konsumen wanita dewasa awal yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan produk kosmetik pewarna bibir Korea.

Berdasarkan hasil uji beda didapatkan bahwa konsumen di beberapa kota yang terdapat di provinsi Sumatera Barat lebih puas menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal di bandingkan produk kosmetik pewarna bibir Korea. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, mereka menyatakan lebih berminat dan menyukai menggunakan produk pewarna bibir lokal di bandingkan produk pewarna bibir Korea dengan alasan bahwa produk lokal lebih di jamin keasliannya. Alasan lain mereka memilih produk lokal karena produk lokal sendiri lebih mudah ditemukan di berbagai toko yang ada di Indonesia, selain

itu produk lokal lebih murah di bandingkan produk Korea yang harganya cukup mahal dengan kualitas yang kurang sebanding. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Schiffman dan Kanuk (2008) bahwa harga suatu barang / jasa merupakan salah satu faktor yang akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan saat membeli.

Tidak hanya menyatakan alasan mereka menyukai produk kosmetik pewarna bibir lokal, subjek juga menyatakan alasan mereka tidak menyukai produk kosmetik pewarna bibir Korea. Mereka menyatakan bahwa produk kosmetik pewarna bibir Korea yang asli itu mahal, sulit untuk di peroleh produk yang asli karena produk kosmetik pewarna bibir Korea yang palsu juga banyak beredar di Indonesia, dan selain itu mereka menyatakan bahwa mereka takut jika produk pewarna bibir Korea itu mengandung zat-zat yang di haramkan oleh agama mereka. Menurut Kotler dan Armstrong (2004) hal ini merupakan salah satu faktor kebudayaan yang nantinya akan mempengaruhi ketika konsumen mengambil keputusan saat ingin membeli suatu produk.

Alat ukur kepuasan konsumen ini disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Kotler (2002) yang terdiri dari lima yaitu harapan, kualitas, perbandingan, *confirmation/disconfirmation* & ketidaksesuaian. Keseluruhan aspek

memiliki pengaruh yang kuat terhadap terbentuknya suatu kepuasan konsumen (Gustaffsson, Johnson, & Roos, 2006). Berdasarkan hasil penelitian juga dapat dilihat bahwa kelima aspek saling mempengaruhi suatu kepuasan konsumen.

Harapan merupakan suatu kondisi dalam diri konsumen yang nantinya akan mempengaruhi kepuasan konsumen pada tahap awal sebelum melakukan pembelian. Pada aspek harapan ini biasanya konsumen memiliki suatu keinginan terhadap produk yang akan dibeli dan digunakan. Berdasarkan hasil penelitian, dalam penggunaan produk lokal harapan konsumen lebih tinggi dibandingkan ketika menggunakan produk Korea. Kotler dan Keller (2012) mengatakan bahwa harapan merupakan suatu kondisi yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen diawali dengan tahap sebelum pembelian yang dimana konsumen menyusun harapan tentang apa yang akan mereka dapatkan dari produk yang akan dibeli.

Kualitas pada umumnya dirasakan konsumen pada saat penggunaan produk yang bersangkutan. Berdasarkan hasil penelitian uji beda terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dan Korea menyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan untuk kualitas di antara kedua produk. Yang artinya konsumen menilai



bahwa kualitas produk lokal lebih baik dibandingkan produk Korea. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lumintang dan Jopie (2015) berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Perbandingan merupakan aspek ketiga dari kepuasan konsumen. Perbandingan biasanya terjadi ketika konsumen telah menggunakan suatu produk dan kemudian membandingkannya dengan produk lain yang pernah digunakan sebelumnya. Dari hasil penelitian uji beda *t-test dependent* tidak terdapat perbedaan pada aspek ini. Kotler dan Keller (2012) mengatakan bahwa perbandingan merupakan suatu perilaku yang ditunjukkan konsumen setelah membeli suatu produk dengan membandingkannya dengan produk sejenis maupun yang tidak sejenis.

*Confirmation / disconfirmation*, yaitu bagaimana konsumen membandingkan produk yang mereka beli dengan produk sebelumnya yang mereka gunakan, apakah lebih baik atau sebaliknya. Apabila dilihat berdasarkan hasil uji coba per aspek didapatkan hasil perbedaan antara penggunaan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan produk kosmetik pewarna bibir Korea. Dapat dilihat juga bahwa konsumen merasa lebih puas terhadap produk pewarna

bibir lokal yang menyebabkan mereka kembali menggunakan produk tersebut.

Ketidaksesuaian yaitu ketika barang yang telah digunakan sesuai atau tidaknya dengan keinginan yang diharapkan konsumen. Pada tahapan ini terlihat bahwa hasil skor menunjukkan konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir Korea banyak yang mengalami ketidaksesuaian. Sementara itu pada konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal merasa lebih sesuai dengan produk yang telah mereka gunakan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di beberapa kota pada Provinsi Sumatera Barat, secara umum bahwa konsumen wanita dewasa awal di Provinsi Sumatera Barat lebih puas menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dibandingkan dengan produk kosmetik pewarna bibir Korea. Perbedaan antara kedua variabel berada pada kategori sangat signifikan. Hal ini juga sesuai dengan asumsi dan hipotesis awal peneliti bahwa terdapat perbedaan kepuasan konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan konsumen yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir Korea.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai perbedaan kepuasan konsumen wanita dewasa awal yang menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan produk kosmetik pewarna bibir Korea, didapatkan hasil bahwa:

1. Kepuasan konsumen dalam menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal pada keseluruhannya berada dalam kategori skor tinggi.
2. Kepuasan konsumen dalam menggunakan produk kosmetik oewarna bibir Korea pada umumnya berada dalam kategori skor tinggi.
3. Terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan wanita dewasa awal yangf menggunakan produk kosmetik pewarna bibir lokal dengan produk kosmetik pewarna bibir Korea.

## Saran

Berdasarkan temuan dsri hasil penelitian ini peneliti mengemukakan bebrapa saran sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan judul dan variabel yang sama dengan penelitian ini, diharapkan agar nantinya menggunakan dan mempertimbangkan kembali lebih

lanjut serta mempelajari hal-hal apa saja yang nantinya akan menjadi patokan dalam terjadinya kepuasan konsumen itu sendiri. Serta bagi peneliti selanjutnya juga diharapkan mampu menjadikan penelitian ini sebagai tambahan literatur dalam meneliti pada bidang psikologi Industri dan Organisasi khususnya kepuasan konsumen dan di harapkan agar mampu meneliti dalam jumlah populasi yang lebih luas.

2. Saran Praktis

- a. Bagi produsen kosmetik sebaiknya lebih memperhatikan hal-hal yang nantinya akan mempengaruhi kepuasan konsumen serta hal-hal yang akan meningkatkan mutu kualitas dari produk kosmetik pewarna bibir itu sendiri. Untuk produsen kosmetik pewarna bibir Korea hendaknya lebih memperhatikan mutu, komposisi dan kualitas produk yang nantinya bertujuan untuk memenuhi harapan konsumen dan mengurangi ketidaksesuaian yang dirasakan oleh konsumen.

- b. Bagi konsumen hendaknya mencari informasi terlebih dahulu mengenai kualitas produk dan lebih memperhatikan produk yang akan dibeli dalam berbelanja produk

kosmetik, misalnya seperti lebih memperhatikan secara seksama bentuk, komposisi dan kualitas barang agar nantinya tidak merasa kecewa dan tidak puas.

## DAFTAR RUJUKAN

- Bijana, A. (2011). Measuring customer satisfaction with service quality using american customer model (ACSI model). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 1(3).
- Fimela. (2018, februari 12). Industri kosmetik di indonesia meningkat hingga Rp. 36 triliun. Retrieved from vemale.com:  
<https://www.vemale.com/cantik/112126-industri-kosmetik-di-indonesia-meningkat-hingga-rp-36-triliun.html>
- Hurlock, E.B. (1980). Psikologi perkembangan. Jakarta: Erlangga.
- Indoforwarding. (2018, September 22). *Peringkat negara industri di asia dan indonesia termasuk di dalamnya*. Retrieved November 12, 2018, Retrieved from Indoforwarding.com:  
<https://indoforwarding.com/peringkat-negara-industri-di-asia/>
- Irawan, H. (2002). Indonesia customer satisfaction, membedah strategi kepuasan konsumen pelanggan merek pemenang ICSA. Jakarta: Elex Media Lomputindo.
- Ishak, A. (2005). Pentingnya kepuasan konsumen dan implementasi strategi pemasarannya. *Siasat Bisnis*, 3, 1-11.
- Kemenperin. (2018). *kemenperin.go.id*. Retrieved februari 2, 2019, Retrieved from Produk impor kuasai pasar kosmetik:  
<http://www.kemenperin.go.id/artikel/11943/Produk-Impor-Kuasai-Pasar-Kosmetik>
- Gustaffsson, A., Johnson, M.D., & Roos, I. (2006). The effects of customer satisfaction , relationship commitment dimensions , and triggers on ustomer retention the effects of ustomer satisfaction , relationship commitment, 69, 210–218.
- Kotler, P. (2002). Manajemen pemasaran (2nd ed.). Jakarta: PT.Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1999). Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). Marketing management. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran *Jilid 1* (B.

- Alma, Trans., 13<sup>th</sup> ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). Marketing, management (B. Sabran, Trans., 4<sup>th</sup> ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lumintang, G., & Jopie, R. (2015). Analisis kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada holland bakery boulevard manado. *EMBA*, 3(1), 1291–1302.
- Ratna, I., & Nasrah, H. (2015). Pengaruh tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif wanita karir di lingkungan pemerintah provinsi riau. *Sosial Keagamaan*, XIV(2).
- Santrock, J.W. (2002). Perkembangan masa hidup (2 ed.). (Chusairi, & Damanik, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, L.G., & Kanuk. (2008). Perilaku konsumen. Jakarta: PT.Index.
- Winarsunu, T. (2009). Statistik dalam penelitian dan psikologi pendidikan. Malang: Umm Press.
- YouGov. (2016, desember 2). *APAC Sependapat dalam hal kosmetik : lipstick itu mutlak dan kualitas lebih penting dari pada harga*. Retrieved Februari 2, 2019, from YouGov.com: <https://id.yougov.com/id/news/2016/12/02/make-up-culture-id/>