

Bab 4

Analisis dan Pembahasan

Bab ini meliputi analisis dari hasil jawaban responden terhadap kuisioner yang telah dibagikan. Analisa yang dilakukan antara lain adalah analisa karakteristik responden yang meliputi demografis dan perilaku pelanggan, dan analisa hasil jawaban responden mengenai 8 dimensi kualitas Deorex berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.

Analisa dilakukan dengan menggunakan Microsoft Excel 2016 dan *software* IBM SPSS Statistics 26, di mana Microsoft Excel 2016 digunakan untuk mengumpulkan dan merapikan hasil jawaban responden untuk memudahkan proses analisa data serta membantu dalam melakukan perhitungan nilai mean untuk hasil jawaban tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada metode analisis *gap*. *Software* IBM SPSS Statistics 26 digunakan dalam melakukan uji validitas dan reliabilitas dari setiap atribut pertanyaan kuisioner serta untuk melakukan analisis *Importance Performance Analysis (IPA)* dan data dari analisis *IPA* tersebut akan dipetakan ke dalam diagram kartesius untuk memperlihatkan item kualitas produk Deorex apa saja yang perlu ditingkatkan, dipertahankan, atau diabaikan.

4.1 Deorex *Body Odorizer*

Melalui hasil observasi kepada produk Deorex, ditemukan bahwa Deorex merupakan sebuah merek dari PT Modiva International yang merupakan sebuah produk dengan *positioning* sebagai *body odorizer* yang hadir untuk mendisrupsi pasar produk deodoran dan *anti-perspirant*. Deorex diformulasikan secara khusus untuk menghilangkan bau badan yang bekerja dengan membunuh bakteri, kuman, dan jamur penyebab bau badan ketiak, punggung, kaki, atau lainnya dan dapat melindungi tubuh dari bau badan hingga 72 jam. Namun, berbeda dengan *anti-perspirant* yang umumnya menahan agar tidak ada keringat yang keluar, Deorex tidak 100% menutupi keringat karena keringat sendiri menjadi salah satu cara tubuh membuang racun, mendetoksifikasi logam berat, dan banyak manfaat lainnya (Sheng dkk., 2016). Dengan Deorex tubuh tetap mengeluarkan keringat namun tanpa bau.

Deorex digunakan pada malam hari dengan tujuan memaksimalkan kinerja Deorex dalam menyelesaikan masalah bau badan karena pada malam hari kelenjar keringat tidak seaktif pada siang hari. Hal ini juga dibuktikan oleh sebuah studi oleh British Journal of Dermatology (BJD) yang mengungkapkan bahwa pada siang hari terjadi peningkatan laju keringat sehingga menurunkan efektifitas kinerja bahan aktif dan difusi/ penyebaran ke dalam saluran keringat menjadi kurang efisien. Sedangkan pada malam hari tingkat keringat lebih rendah sehingga bahan aktif dalam memasuki saluran keringat dan bekerja secara optimal. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan keberhasilan pengurangan keringat dari 56% ke 73% jika digunakan pada malam hari (Swaile dkk., 2012).



Gambar 4. 1 Deorex Body Odorizer

(Sumber: Dokumentasi Deorex, 2021)

Deorex dapat terlihat secara maksimal hasil dari penggunaannya dalam kurun waktu 1 bulan semenjak pertama kali digunakan. Deorex saat ini baru memiliki 1 varian *original* dan sedang dalam tahap perkembangan untuk sebuah merek, berkembang baik secara kualitas dan juga varian kedepannya agar dapat menghadirkan varian maupun produk perawatan pribadi lainnya yang sesuai.

PT. Modiva International sendiri didirikan pada tahun 2011 namun sempat tidak aktif hingga akhirnya mulai kembali aktif pada tahun 2017, dan pada awal tahun 2021 ini mulai memfokuskan kembali untuk dapat bersaing dan berkembang

di industri perawatan pribadi. Dengan demikian, dibutuhkan pengembangan baik produk yang ada saat ini serta inovasi akan varian bahkan lini produk baru yang dapat menarik perhatian masyarakat, sesuai dengan kebutuhan pasar, dan juga berkualitas.

4.1.1 Strategi Pemasaran Deorex

Deorex sendiri ditujukan bagi seluruh kalangan masyarakat yang membutuhkan solusi akan permasalahan bau badan dengan target pasar kepada mereka yang memiliki tingkat aktivitas yang tinggi seperti atlet, pecinta olahraga, pekerja lapangan, dan pekerja kantor dengan mobilitas tinggi, serta lainnya, baik pria maupun wanita dengan rentang usia 18 hingga 45 tahun dan dengan fokus pemasaran kepada kalangan milenial berusia 20-30 tahun. Saat ini Deorex tersedia di berbagai *channel* penjualan baik *online* melalui berbagai e-commerce serta *offline* pada *modern market* seperti Century, Ranch Market, Farmers Market, dan Apotek K-24 sehingga dapat melayani seluruh masyarakat di Indonesia. Deorex memfokuskan penjualan secara *online* dan sedang melakukan pengembangan jalur distribusi secara *offline* dengan target utama pulau Jawa, diikuti dengan Sumatra, Bali, dan baru ekspansi ke pulau lainnya.

Dengan memiliki fokus utama pada *online* maka strategi pemasaran yang dijalankan juga banyak dilakukan pada media *online* seperti membuat konten pada akun media sosial Deorex setiap hari, menggunakan *influencer* untuk membantu memasarkan produk pada platform Instagram, Tiktok, Twitter, dan Youtube, memasang iklan pada Instagram, Facebook, Tiktok, dan Google, mengadakan *challenge* dan *giveaway* pada akun Instagram dan Twitter, serta lainnya.

4.2 Model Pengukuran

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah alat ukur atau kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur secara tepat sehingga dapat layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Dalam penelitian ini diberlakukan *pilot testing* kepada 30 responden, di mana data tersebut diolah menggunakan Microsoft Excel 2016 dan *software* IBM

SPSS Statistics 26 dengan Uji *Pearson Product Moment*. Pernyataan dikatakan valid ketika r hitung lebih besar dari r tabel dan tidak valid ketika r hitung lebih kecil dari r tabel. Dengan total responden sebesar 30 (N=30), maka didapatkan r tabel senilai 0,361. Maka pernyataan dapat dikatakan valid ketika menghasilkan nilai r hitung diatas 0,361.

Tabel 4. 1 Nilai-Nilai r *Product Moment*

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

(Sumber: Sugiyono, 2008)

4.2.1.1 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan

Berikut ini merupakan hasil uji validitas tingkat kepentingan Deorex *Body Odorizer* dengan r tabel 0,361 menggunakan SPSS Statistics 26:

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan

Tingkat Kepentingan Deorex <i>Body Odorizer</i>				
No	Dimensi Kualitas	Pernyataan	r Hitung	r Tabel
1	<i>Performance</i> atau Kinerja	Penting bagi saya untuk Deorex ampuh dalam mengurangi bau badan	0,393	0,361 (valid)

Tingkat Kepentingan Deorex <i>Body Odorizer</i>				
No	Dimensi Kualitas	Pernyataan	r Hitung	r Tabel
2		Penting bagi saya untuk Deorex terasa nyaman/ tidak lengket saat digunakan	0,434	0,361 (valid)
3		Penting bagi saya untuk Deorex memiliki kinerja yang konsisten	0,551	0,361 (valid)
4		Penting bagi saya untuk Deorex memiliki aroma yang baik	0,519	0,361 (valid)
5	<i>Features</i> atau Fitur	Penting bagi saya untuk Deorex membantu mengurangi keringat berlebih	0,466	0,361 (valid)
6		Penting bagi saya untuk Deorex memiliki kemasan yang rapi dan bersih	0,660	0,361 (valid)
7		Penting bagi saya untuk larutan Deorex tidak mengendap pada dasar botol	0,747	0,361 (valid)
8	<i>Reliability</i> atau Keandalan	Penting bagi saya untuk Deorex memiliki kemasan yang mudah dibawa bepergian	0,384	0,361 (valid)
9		Penting bagi saya untuk Deorex dapat dengan mudah ditemukan dan dibeli secara <i>online</i>	0,404	0,361 (valid)
10		Penting bagi saya untuk Deorex dapat dengan mudah ditemukan dan dibeli secara <i>offline</i>	0,400	0,361 (valid)
11		Penting bagi saya untuk Deorex praktis digunakan	0,467	0,361 (valid)
12	<i>Conformance</i> atau Kesesuaian	Penting bagi saya untuk Deorex dapat melindungi diri dari bau badan hingga 72 jam	0,400	0,361 (valid)

Tingkat Kepentingan Deorex <i>Body Odorizer</i>				
No	Dimensi Kualitas	Pernyataan	r Hitung	r Tabel
13		Penting bagi saya untuk Deorex tidak meninggalkan bubuk ketiak (burket)	0,424	0,361 (valid)
14		Penting bagi saya untuk Deorex tidak meninggalkan noda dan kerak pada pakaian	0,385	0,361 (valid)
15		Penting bagi saya untuk Deorex tidak membuat ketiak menjadi hitam	0,424	0,361 (valid)
16		Penting bagi saya untuk Deorex memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan	0,398	0,361 (valid)
17	<i>Durability</i> atau Ketahanan	Penting bagi saya untuk 1 botol Deorex dapat habis dipakai hingga 1-2 bulan	0,559	0,361 (valid)
18		Penting bagi pelanggan untuk Deorex memiliki kemasan yang tidak mudah bocor dan aman	0,653	0,361 (valid)
19		Penting bagi saya untuk Deorex memiliki <i>spray</i> yang dapat digunakan dengan baik tanpa ada kerusakan	0,401	0,361 (valid)
20		Penting bagi saya untuk Deorex memiliki jangka waktu kadaluarsa 2 tahun	0,515	0,361 (valid)
21	<i>Serviceability</i> atau Kemampulayanan	Penting bagi saya untuk Deorex bertanggung jawab menggantikan produk jika mengalami kerusakan dalam pengiriman	0,403	0,361 (valid)

Tingkat Kepentingan Deorex <i>Body Odorizer</i>				
No	Dimensi Kualitas	Pernyataan	r Hitung	r Tabel
22		Penting bagi saya untuk admin media sosial Deorex ramah dan membantu	0,611	0,361 (valid)
23		Penting bagi saya untuk admin Deorex mampu menjawab setiap pertanyaan dengan baik dan jelas	0,522	0,361 (valid)
24	<i>Aesthetics</i> atau Keindahan	Penting bagi saya untuk desain kemasan Deorex memberikan kesan klinis dan medis	0,660	0,361 (valid)
25		Penting bagi saya untuk desain kemasan Deorex terlihat indah dan menarik	0,405	0,361 (valid)
26		Penting bagi saya untuk kemasan dan label Deorex menunjukkan informasi dengan jelas	0,405	0,361 (valid)
27	<i>Perceived Quality</i> atau Kesan Kualitas	Penting bagi saya untuk Deorex memberikan dampak positif kepada setiap penggunanya	0,503	0,361 (valid)
28		Penting bagi saya untuk Deorex dapat meningkatkan kepercayaan diri kepada setiap penggunanya	0,379	0,361 (valid)
29		Penting bagi saya untuk Deorex memiliki kualitas produk yang baik secara keseluruhan	0,594	0,361 (valid)
30		Penting bagi saya untuk dapat merekomendasikan Deorex kepada orang yang memiliki permasalahan bau badan	0,692	0,361 (valid)
31		Penting bagi saya untuk dapat merekomendasikan Deorex kepada	0,692	0,361 (valid)

Tingkat Kepentingan Deorex <i>Body Odorizer</i>				
No	Dimensi Kualitas	Pernyataan	r Hitung	r Tabel
		orang yang memiliki permasalahan keringat berlebih		
32		Penting bagi saya untuk Deorex memberikan kesan seperti obat	0,692	0,361 (valid)

(Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistics 26)

Data dari hasil perhitungan menggunakan SPSS Statistics 26 pada tabel IV.2 untuk ke 32 pernyataan menunjukkan nilai r hitung lebih dari 0,361. Artinya nilai r untuk ke 32 pernyataan mengenai tingkat kepentingan Deorex *Body Odorizer* dapat dinyatakan valid karena melebihi nilai r tabel yang adalah 0,361.

4.2.1.2 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja

Berikut ini merupakan hasil uji validitas tingkat kinerja Deorex *Body Odorizer* dengan r tabel 0,361 menggunakan SPSS Statistics 26:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja

Tingkat Kinerja Deorex <i>Body Odorizer</i>				
No	Dimensi Kualitas	Pernyataan	r Hitung	r Tabel
1	<i>Performance</i> atau Kinerja	Deorex ampuh dalam mengurangi bau badan	0,726	0,361 (valid)
2		Deorex terasa nyaman/ tidak lengket saat digunakan	0,497	0,361 (valid)
3		Deorex memiliki kinerja yang konsisten	0,726	0,361 (valid)
4		Deorex memiliki aroma yang baik	0,412	0,361 (valid)
5	<i>Features</i> atau Fitur	Deorex membantu mengurangi keringat berlebih	0,668	0,361 (valid)
6		Deorex memiliki kemasan yang rapi dan bersih	0,715	0,361 (valid)
7		Larutan Deorex tidak mengendap pada dasar botol	0,797	0,361 (valid)

Tingkat Kinerja Deorex <i>Body Odorizer</i>				
No	Dimensi Kualitas	Pernyataan	r Hitung	r Tabel
8	<i>Reliability</i> atau Kehandalan	Kemasan Deorex mudah dibawa bepergian	0,554	0,361 (valid)
9		Deorex dapat dengan mudah ditemukan dan dibeli secara <i>online</i>	0,497	0,361 (valid)
10		Deorex dapat dengan mudah ditemukan dan dibeli secara <i>offline</i>	0,366	0,361 (valid)
11		Deorex praktis untuk digunakan	0,758	0,361 (valid)
12	<i>Conformance</i> atau Kesesuaian	Deorex dapat melindungi diri dari bau badan hingga 72 jam	0,376	0,361 (valid)
13		Deorex tidak meninggalkan bubuk ketiak (burket)	0,469	0,361 (valid)
14		Deorex tidak meninggalkan noda dan kerak pada pakaian	0,391	0,361 (valid)
15		Deorex tidak membuat ketiak menjadi hitam	0,377	0,361 (valid)
16		Deorex memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan	0,688	0,361 (valid)
17	<i>Durability</i> atau Ketahanan	1 botol Deorex dapat habis dipakai hingga 1-2 bulan	0,593	0,361 (valid)
18		Kemasan Deorex tidak mudah bocor dan aman	0,787	0,361 (valid)
19		<i>Spray</i> pada produk Deorex dapat digunakan dengan baik tanpa ada kerusakan	0,713	0,361 (valid)
20		Deorex memiliki jangka waktu kadaluarsa 2 tahun	0,623	0,361 (valid)
21	<i>Serviceability</i> atau Kemampulayanan	Deorex bertanggung jawab menggantikan produk jika mengalami kerusakan dalam pengiriman	0,850	0,361 (valid)

Tingkat Kinerja Deorex <i>Body Odorizer</i>				
No	Dimensi Kualitas	Pernyataan	r Hitung	r Tabel
22		Admin media sosial Deorex ramah dan membantu	0,642	0,361 (valid)
23		Admin Deorex mampu menjawab setiap pertanyaan dengan baik dan jelas	0,533	0,361 (valid)
24	<i>Aesthetics</i> atau Keindahan	Desain kemasan Deorex memberikan kesan klinis dan medis	0,711	0,361 (valid)
25		Desain kemasan Deorex terlihat indah dan menarik	0,564	0,361 (valid)
26		Kemasan dan label Deorex menunjukkan informasi dengan jelas	0,826	0,361 (valid)
27	<i>Perceived Quality</i> atau Kesan Kualitas	Deorex memberikan dampak positif kepada setiap penggunanya	0,560	0,361 (valid)
28		Deorex dapat meningkatkan kepercayaan diri kepada setiap penggunanya	0,476	0,361 (valid)
29		Deorex memiliki kualitas produk yang baik secara keseluruhan	0,781	0,361 (valid)
30		Deorex merupakan produk yang direkomendasikan untuk orang yang memiliki permasalahan bau badan	0,534	0,361 (valid)
31		Deorex merupakan produk yang direkomendasikan untuk orang yang memiliki permasalahan keringat berlebih	0,507	0,361 (valid)
32		Deorex memberikan kesan seperti obat	0,475	0,361 (valid)

(Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistics 26)

Data dari hasil perhitungan menggunakan SPSS Statistics 26 pada tabel IV.3 untuk ke 32 pernyataan menunjukkan nilai r hitung lebih dari

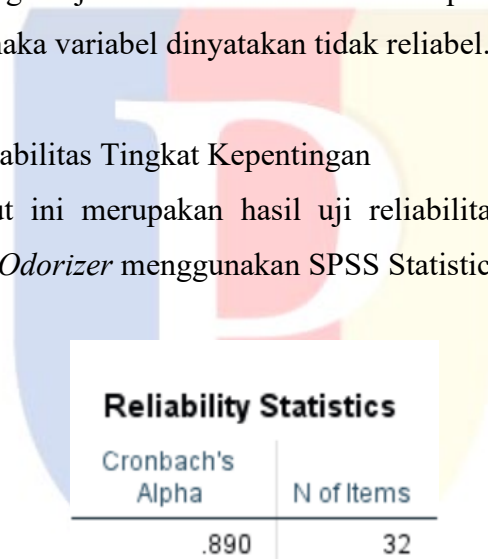
0,361. Artinya nilai r untuk ke 32 pernyataan mengenai tingkat kinerja *Deorex Body Odorizer* dapat dinyatakan valid karena melebihi nilai r tabel yang adalah 0,361.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah kuisisioner yang dibagikan dapat menghasilkan data yang handal. Handal disini berarti konsistensi jawaban dari responden untuk setiap pernyataan. Tingkat reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, di mana jika koefisien Cronbach's Alpha lebih dari 0,7, maka variabel dinyatakan reliabel, sedangkan jika koefisien Cronbach's Alpha kurang dari atau sama dengan 0,7, maka variabel dinyatakan tidak reliabel.

4.2.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan

Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan *Deorex Body Odorizer* menggunakan SPSS Statistics 26:



Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	32

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan

(Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistics 26)

Dari tabel diatas memperlihatkan bahwa ke 32 pernyataan mengenai tingkat kepentingan *Deorex Body Odorizer* yang telah diolah menggunakan SPSS Statistics 26 menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,890, sehingga dapat dikatakan bahwa ke 32 pernyataan tersebut reliabel karena menghasilkan angka lebih dari 0,7.

4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja

Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas tingkat kinerja Deorex *Body Odorizer* menggunakan SPSS Statistics 26:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.929	32

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja

(Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistics 26)

Dari tabel diatas memperlihatkan bahwa ke 32 pernyataan mengenai tingkat kinerja Deorex *Body Odorizer* yang telah diolah menggunakan SPSS Statistics 26 menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,929, sehingga dapat dikatakan bahwa ke 32 pernyataan tersebut reliabel karena menghasilkan angka lebih dari 0,7.

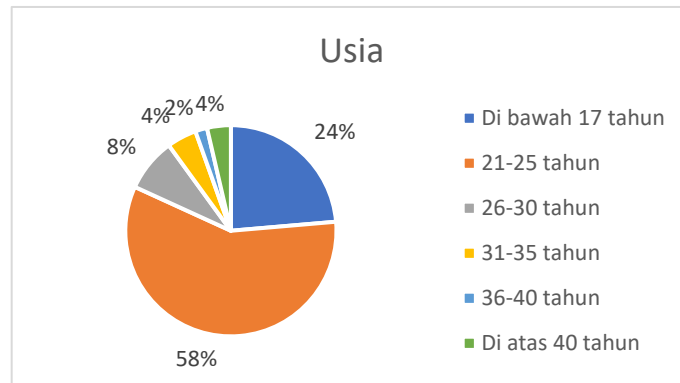
4.3 Analisa Karakteristik Responden

Analisa karakteristik responden dilakukan untuk melihat karakter dari pengguna Deorex sehingga akan memberikan informasi penting mengenai pelanggan Deorex yang dilihat dari sisi demografis dan perilaku pelanggan yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan bisnis Deorex di kemudian hari. Pertanyaan demografis meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, pengeluaran setiap bulan, dan domisili dari responden. Sedangkan pertanyaan perilaku pelanggan antara lain adalah berapa lama jangka waktu penggunaan Deorex, di mana biasa membeli Deorex, dan alasan menggunakan Deorex. Hasil analisa dari pertanyaan-pertanyaan tersebut dijelaskan pada berikut ini.

4.3.1 Pertanyaan Demografis

1. Usia

Pertanyaan usia ini diambil untuk mengetahui rentang usia pengguna Deorex sehingga dapat memberikan gambaran mengenai produk apa yang dibutuhkan dan strategi pemasaran apa yang harus digunakan, serta membantu Deorex memperjelas target pasarnya.



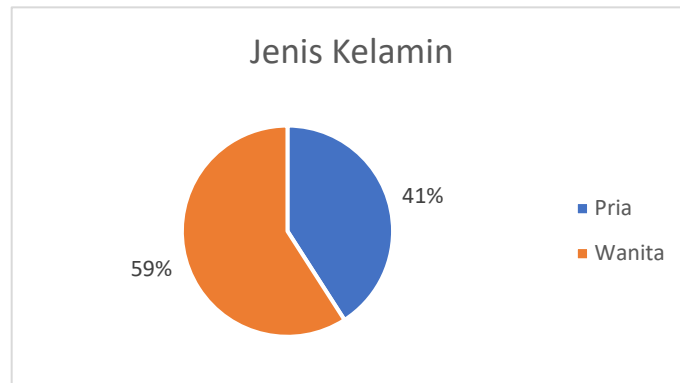
Gambar 4. 2 Usia Responden

Berdasarkan hasil survey kepada 110 responden, usia responden didominasi oleh responden berusia 21-25 tahun sebanyak 64 responden (58%) dan diikuti oleh responden berusia dibawah 20 tahun sebanyak 26 responden (24%) diurutan kedua. Kemudian diikuti oleh responden berusia 26-30 tahun sebanyak 9 responden (8%), usia 31-35 tahun sebanyak 5 responden (4%), diatas 40 tahun sebanyak 4 responden (4%), dan usia 36-40 tahun sebanyak 2 responden (2%).

Rentang data tersebut adalah rentang target pasar dari Deorex dan data yang dihasilkan sesuai dengan harapan di mana target pasar utama dari Deorex yang adalah milenial berusia 20-30 tahun. Dalam jurnal penelitian yang dilakukan sebelumnya juga menyatakan bahwa pada usia remaja ini mereka menjadi lebih memperhatikan dan menjaga diri dan penampilan sehingga dapat diterima oleh lingkungan sebaya mereka (Mahdalela, 1998). Hal ini juga diperkuat oleh fakta bahwa pada masa remaja salah satu hal yang terpenting adalah daya tarik fisik dan penampilan dari luar dengan tujuan juga untuk menarik lawan jenis dan meningkatkan kepercayaan diri (Devya, 2015).

2. Jenis kelamin

Dengan mengetahui jenis kelamin pengguna Deorex akan membantu tim Deorex dalam mengembangkan produk, memilih *influencer* yang digunakan dalam pemasaran, serta bahasa komunikasi pemasaran lainnya.



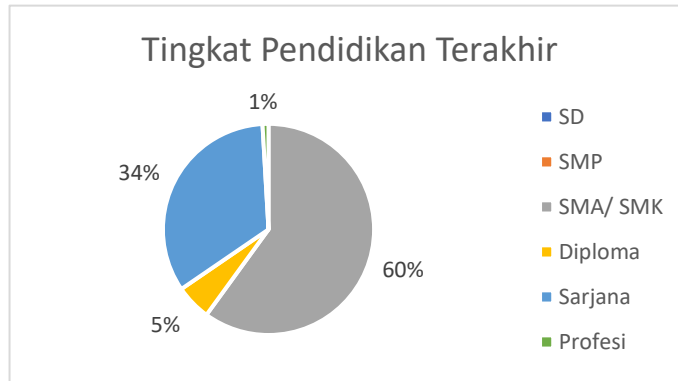
Gambar 4. 3 Jenis Kelamin Responden

Dari data diatas terlihat bahwa dari 110 responden, jumlah responden wanita lebih banyak dibandingkan pria, yaitu sebanyak 65 responden (59%) adalah wanita dan 45 responden (41%) adalah pria.

Hal ini juga terlihat dari jumlah pengikut pada akun media sosial Deorex yang lebih banyak wanita dan juga lebih banyak *influencer* wanita yang Deorex gunakan untuk memasarkan Deorex. Selain itu, wanita umumnya juga lebih memperhatikan dan merawat diri dibandingkan pria. Fakta ini juga mengacu pada wanita yang lebih banyak membelanjakan uangnya untuk keperluan penampilan, yang salah satunya adalah kosmetik serta untuk merawat diri agar meningkatkan penampilan (Devya, 2015).

3. Tingkat pendidikan terakhir

Tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi cara berpikir, cara pandang, termasuk juga cara menentukan pembelian sebuah produk, serta untuk mengetahui latar belakang dan status dari pengguna Deorex yang dapat dimanfaatkan kedepannya dalam memilih bahasa komunikasi pemasaran ataupun bahasa desain pada produk Deorex.



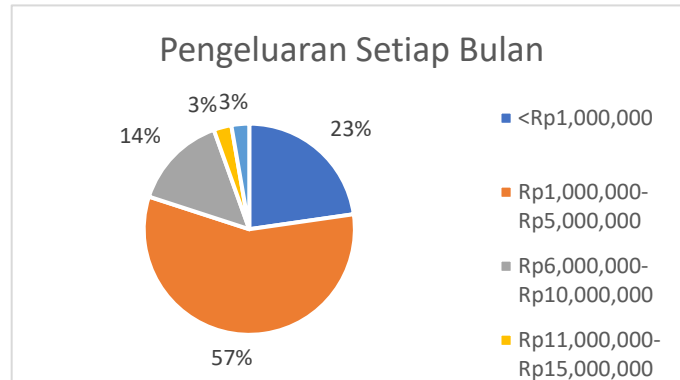
Gambar 4. 4 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

Pada grafik diatas terlihat bahwa pendidikan terakhir dari 110 responden didominasi oleh tingkat SMA/ SMK yaitu sebanyak 66 responden (60%), diikuti oleh tingkat sarjana sebanyak 37 responden (34%), tingkat diploma sebanyak 6 responden (5%), dan terakhir 1 responden (1%) dengan pendidikan terakhir profesi.

Jika mengacu pada usia responden maka dapat dikatakan sesuai karena banyak didominasi oleh usia 21 tahun hingga 25 tahun yang artinya banyak dari mereka sedang dalam tingkat pendidikan kuliah sehingga tingkat pendidikan terakhir mereka adalah SMA/ SMK. Anak usia SMA/ SMK ini merupakan golongan remaja, sehingga seperti pada penelitian dan pembahasan sebelumnya bahwa usia remaja sangat mengutamakan penampilan yang merupakan salah satu karakteristik dari remaja (Devya, 2015)

4. Pengeluaran setiap bulan

Dengan mengetahui pengeluaran setiap bulan maka akan memberikan informasi mengenai status sosial dari pengguna Deorex sehingga mengetahui kelas apa yang menjadi mayoritas pengguna Deorex. Selain itu dengan mengetahui pengeluaran setiap bulan akan memberikan gambaran untuk melihat persentase yang masuk akal untuk mereka mengeluarkan uang dalam berbelanja, termasuk dalam membeli produk perawatan pribadi seperti Deorex sehingga dapat membantu dalam menentukan harga jual produk.



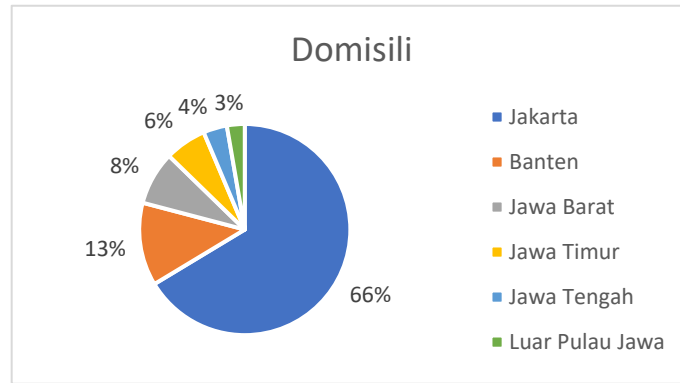
Gambar 4. 5 Pengeluaran Setiap Bulan Responden

Dilihat dari hasil survei kepada 110 responden, untuk rentang pengeluaran terbesar adalah pada rentang Rp1,000,000-Rp5,000,000 yaitu sebanyak 63 responden (57%), kemudian di urutan kedua adalah rentang <Rp1,000,000 sebanyak 25 responden (23%), di urutan ketiga Rp6,000,000-Rp10,000,000 sebanyak 16 responden (14%), dan diikuti oleh rentang Rp11,000,000-Rp15,000,000 dan >Rp15,000,000 yang masing-masing sebanyak 3 responden (3%).

Data tersebut sesuai dengan profil responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK berusia 17-25 tahun, artinya banyak dari mereka yang menggunakan uang jajan mereka untuk pengeluaran ataupun mereka yang sudah lulus dan bekerja dengan acuan gaji mereka sebesar UMP DKI Jabodetabek 2021 yang berkisar Rp4,400,000 ditambah juga dengan sifat dari masyarakat Indonesia yang sangat konsumtif dari seluruh kalangan dan tingkat ekonomi. Terlebih lagi dengan maraknya media sosial juga semakin mempengaruhi keputusan seseorang dalam memutuskan pembelian mereka sehingga tentunya semakin konsumtif dan semakin mudah terpengaruh untuk berbelanja.

5. Domisili

Deorex saat ini sedang dalam tahap berkembang, termasuk dalam mengembangkan jalur distribusi. Pertanyaan domisili ini akan membantu Deorex dalam menentukan daerah mana yang perlu diutamakan karena mengetahui lokasi penyebaran pengguna Deorex.



Gambar 4. 6 Domisili Responden

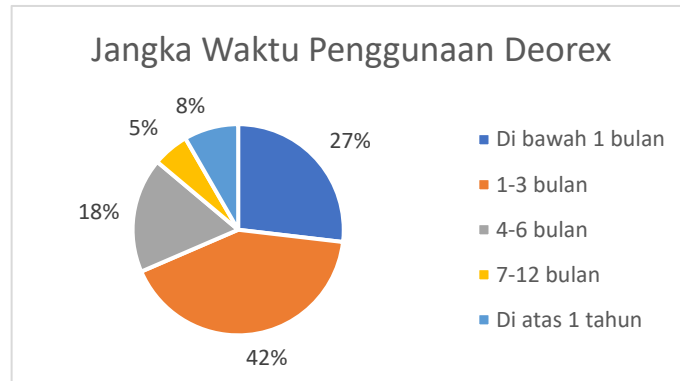
Dari data yang diperoleh melalui 110 responden, domisili para responden mayoritas berada di Jakarta yaitu sebanyak 73 responden (66%), kemudian diikuti oleh Banten sebanyak 14 responden (13%), Jawa Barat sebanyak 9 responden (8%), Jawa Timur sebanyak 7 responden (6%), Jawa Tengah sebanyak 4 responden (4%), dan luar Pulau Jawa sebanyak 3 responden (3%).

Dengan penyebaran responden yang banyak di Jabodetabek, maka sesuai dengan fokus penjualan Deorex saat ini yakni Jabodetabek. Daerah Jawa Timur dan Jawa Tengah walau tidak besar tetapi sesuai dengan area distribusi Deorex yang mulai memiliki *reseller* di daerah tersebut.

4.3.2 Pertanyaan Perilaku Pelanggan

1. Berapa lama jangka waktu penggunaan Deorex

Melalui pertanyaan ini akan memberikan informasi mengenai kinerja Deorex dari berbagai waktu penggunaan. Sehingga, dengan ini juga dapat melihat persentase tingkat loyalitas pengguna Deorex ketika mereka merasa puas dan melakukan pembelian kembali.



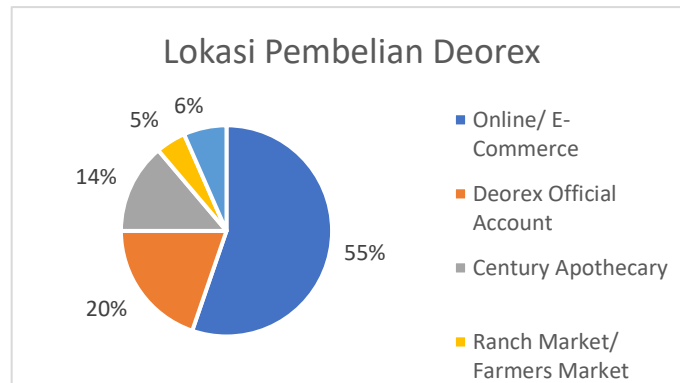
Gambar 4. 7 Jangka Waktu Penggunaan Deorex

Berdasarkan hasil survei yang diperoleh dari 110 responden, para responden paling banyak sudah menggunakan Deorex dalam jangka waktu penggunaan 1-3 bulan yaitu sebanyak 45 responden (42%), selanjutnya diikuti oleh jangka waktu dibawah 1 bulan sebanyak 29 responden (27%), kemudian jangka waktu 4-6 bulan sebanyak 19 responden (18%), diatas 1 tahun sebanyak 9 responden (8%), dan jangka waktu 7-12 sebanyak 6 responden (5%).

Data mengindikasikan kecocokan para responden terhadap Deorex, di mana Deorex sendiri dapat terlihat bukti penggunaannya dalam 1 bulan pertama dan 1 botol Deorex rata-rata akan habis dipakai dalam kurun waktu 1-2 bulan. Sehingga dengan melihat data bahwa banyak yang telah menggunakan selama 1-3 bulan bahkan lebih artinya para responden puas dan cocok dan dengan demikian melakukan pembelian kembali.

2. Di mana biasa membeli Deorex

Kemudahan dalam mengakses produk mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian (Amalia & Saryadi, 2018). Dengan kemudahan dalam mengakses produk akan meningkatkan kemungkinan seseorang membeli produk, sehingga lokasi penjualan Deorex menjadi sangat penting untuk dievaluasi sehingga Deorex dapat tersedia pada toko, area, ataupun media yang disukai oleh para pengguna Deorex.



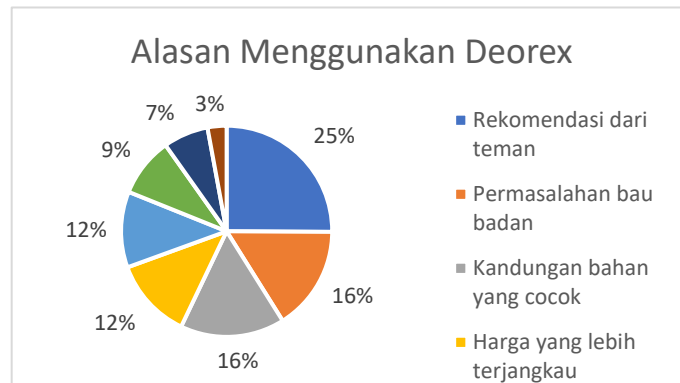
Gambar 4. 8 Lokasi Responden Membeli Deorex

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa dari 110 responden dengan total 152 jawaban (dapat memilih lebih dari 1 jawaban) tersebut paling banyak membeli Deorex melalui Online/ E-commerce yaitu sebanyak 84 responden (76%), diikuti pada posisi kedua melalui Deorex Official Account sebanyak 30 responden (27%), kemudian melalui Century Apothecary sebanyak 21 responden (19%), melalui Ranch Market/ Farmers Market sebanyak 7 responden (6%), dan sisanya sebanyak 10 responden (9%) memperoleh Deorex dari hasil pemberian.

Hal ini sejalan dengan cara penjualan dan pemasaran Deorex yang adalah melalui *online* yakni pada *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Era digital ini menjadikan belanja *online* sebagai hal yang sangat lumrah bahkan menjadikan sebuah keuntungan dengan kemudahannya dan tak sedikit promosi yang ditawarkan. Sedangkan untuk *offline* sendiri memang saat ini penjualan terbesar adalah melalui Century Apothecary sehingga data yang diperoleh ini sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan.

3. Alasan menggunakan Deorex

Pertanyaan alasan menggunakan Deorex akan membantu Deorex untuk memberikan informasi mengenai hal apa yang mempengaruhi para pelanggan dalam menentukan keputusan membeli Deorex serta membantu untuk mengetahui keunggulan dari produk Deorex.



Gambar 4. 9 Alasan Responden Menggunakan Deorex

Dari data yang diperoleh melalui 110 responden dengan total 275 jawaban (dapat memilih lebih dari 1 jawaban), alasan menggunakan Deorex terbanyak adalah karena rekomendasi dari teman sebanyak 69 responden (62.7%), diikuti oleh memiliki permasalahan bau badan dan kandungan bahan yang cocok di mana masing-masing sebanyak 44 responden (40%), kemudian harga yang lebih terjangkau sebanyak 34 responden (31%), memiliki permasalahan keringat berlebih sebanyak 32 responden (29%), tidak cocok dengan deodoran umum sebanyak 25 responden (23%), kemasan yang menarik sebanyak 19 responden (17%), dan alasan lainnya sebanyak 8 responden (7%).

Dari hasil yang diperoleh maka dapat dikatakan bahwa Deorex dapat bekerja dengan baik hingga para penggunanya dapat merekomendasikan Deorex kepada orang lain untuk digunakan. Rekomendasi atau juga yang dikenal sebagai *Word of Mouth (WOM)* telah terbukti sepanjang waktu ini sebagai salah satu metode pemasaran dan penjualan yang paling ampuh dan efektif karena dapat dipercaya oleh orang lain. Pada sebuah *advertising report* oleh Nielsen juga melaporkan bahwa "*recommendations from people I know*" yang juga merupakan bagian dalam strategi *word of mouth* menempati urutan pertama dalam hal bentuk iklan apa yang dipercaya oleh para responden dengan nilai 92%, dan diikuti oleh "*consumer opinion posted online*" yang juga merupakan bagian dalam strategi *word of mouth* dengan nilai 70% (Nielsen, 2012). Alasan terbanyak lainnya yang adalah memiliki permasalahan bau badan dan kandungan yang cocok juga sesuai karena memang fungsi utama dari Deorex adalah untuk membantu

mengurangi bau badan sehingga memang sesuai dengan kegunaan Deorex, dan kandungan yang ada di dalam Deorex juga aman serta memiliki sertifikasi BPOM dan Halal dan juga dari pengalaman pengguna dapat digunakan oleh berbagai jenis kulit.

4.4 Analisis *Gap*

Analisis *gap* merupakan analisis yang melihat kesenjangan antara harapan (kepentingan) pelanggan akan kinerja Deorex dengan kenyataan (kinerja) yang mereka rasakan. Dalam melakukan analisis ini menggunakan Microsoft Excel 2016 sebagai alat bantu untuk melakukan perhitungan *gap* yaitu kinerja/ *performance* (P) dikurang kepentingan/ *importance* (I) untuk rata-rata setiap atribut pertanyaan dan rata-rata keseluruhan dimensi yang dituangkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 6 Perhitungan Rata-Rata Nilai *Gap* (P-I) Setiap Atribut

No	Dimensi Kualitas	Pernyataan	Mean <i>Importance</i>	Mean <i>Performance</i>	Gap (P-I)
1	<i>Performance</i> atau Kinerja	Deorex ampuh dalam mengurangi bau badan	5,53	5,58	0,05
2		Deorex terasa nyaman/ tidak lengket saat digunakan	5,59	5,45	-0,14
3		Deorex memiliki kinerja yang konsisten	5,68	5,61	-0,07
4		Deorex memiliki aroma yang baik	5,15	4,98	-0,17
5	<i>Features</i> atau Fitur	Deorex membantu mengurangi keringat berlebih	5,30	5,27	-0,03
6		Deorex memiliki kemasan yang rapi dan bersih	5,39	5,59	0,20

No	Dimensi Kualitas	Pernyataan	Mean Importance	Mean Performance	Gap (P-I)
7		Larutan Deorex tidak mengendap pada dasar botol	5,39	5,65	0,26
8	<i>Reliability</i> atau Kehandalan	Kemasan Deorex mudah dibawa bepergian	5,40	5,61	0,21
9		Deorex dapat dengan mudah ditemukan dan dibeli secara <i>online</i>	5,65	5,83	0,18
10		Deorex dapat dengan mudah ditemukan dan dibeli secara <i>offline</i>	5,06	5,05	-0,01
11		Deorex praktis untuk digunakan	5,65	5,71	0,06
12	<i>Conformance</i> atau Kesesuaian	Deorex dapat melindungi diri dari bau badan hingga 72 jam	5,42	5,20	-0,22
13		Deorex tidak meninggalkan bubuk ketiak (burket)	5,75	5,77	0,02
14		Deorex tidak meninggalkan noda dan kerak pada pakaian	5,80	5,81	0,01
15		Deorex tidak membuat ketiak menjadi hitam	5,82	5,83	0,01
16		Deorex memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan	5,70	5,77	0,07
17	<i>Durability</i> atau Ketahanan	1 botol Deorex dapat habis dipakai hingga 1-2 bulan	5,05	5,31	0,26

No	Dimensi Kualitas	Pernyataan	Mean Importance	Mean Performance	Gap (P-I)
18		Kemasan Deorex tidak mudah bocor dan aman	5,73	5,57	-0,16
19		<i>Spray</i> pada produk Deorex dapat digunakan dengan baik tanpa ada kerusakan	5,70	5,53	-0,17
20		Deorex memiliki jangka waktu kadaluarsa 2 tahun	5,19	5,59	0,40
21	<i>Serviceability</i> atau Kemampuan Kemampulayanan	Deorex bertanggung jawab menggantikan produk jika mengalami kerusakan dalam pengiriman	5,34	5,43	0,09
22		Admin media sosial Deorex ramah dan membantu	5,55	5,59	0,04
23		Admin Deorex mampu menjawab setiap pertanyaan dengan baik dan jelas	5,58	5,62	0,04
24	<i>Aesthetics</i> atau Keindahan	Desain kemasan Deorex memberikan kesan klinis dan medis	5,11	5,35	0,24
25		Desain kemasan Deorex terlihat indah dan menarik	5,16	5,11	-0,05
26		Kemasan dan label Deorex menunjukkan informasi dengan jelas	5,66	5,49	-0,17

No	Dimensi Kualitas	Pernyataan	Mean Importance	Mean Performance	Gap (P-I)
27	Perceived Quality atau Kesan Kualitas	Deorex memberikan dampak positif kepada setiap penggunanya	5,71	5,74	0,03
28		Deorex dapat meningkatkan kepercayaan diri kepada setiap penggunanya	5,61	5,65	0,04
29		Deorex memiliki kualitas produk yang baik secara keseluruhan	5,76	5,82	0,06
30		Deorex merupakan produk yang direkomendasikan untuk orang yang memiliki permasalahan bau badan	5,60	5,67	0,07
31		Deorex merupakan produk yang direkomendasikan untuk orang yang memiliki permasalahan keringat berlebih	5,48	5,52	0,04
32		Deorex memberikan kesan seperti obat	4,58	4,98	0,40

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dengan menggunakan analisis *gap*, terdapat 10 atribut yang menghasilkan nilai negatif dan 22 atribut bernilai positif dari total keseluruhan 32 atribut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sebagian dari atribut kualitas Deorex membutuhkan perbaikan dan peningkatan khususnya untuk atribut yang memiliki nilai *gap* negatif yang cukup besar, yaitu atribut nomor 2, 4, 12, 18, 19, 26 yang adalah Deorex terasa nyaman/ tidak lengket saat digunakan,

Deorex memiliki aroma yang baik, Deorex dapat melindungi diri dari bau badan hingga 72 jam, kemasan Deorex tidak mudah bocor dan aman, *spray* pada produk Deorex dapat digunakan dengan baik tanpa ada kerusakan, dan kemasan dan label Deorex menunjukkan informasi dengan jelas. Atribut-atribut ini menunjukkan adanya perbedaan yang cukup besar antara harapan para pengguna Deorex dengan kenyataan yang mereka rasakan, sehingga atribut-atribut membutuhkan perhatian untuk dilakukan perbaikan.

Tabel 4. 7 Perhitungan Rata-Rata Nilai *Gap* (P-I) Setiap Dimensi

Dimensi	<i>Mean Importance</i>	<i>Mean Performance</i>	<i>Gap</i> (P-I)
<i>Performance</i>	5,49	5,41	-0,08
<i>Features</i>	5,36	5,50	0,14
<i>Reliability</i>	5,44	5,55	0,11
<i>Conformance</i>	5,70	5,68	-0,02
<i>Durability</i>	5,42	5,50	0,08
<i>Serviceability</i>	5,49	5,55	0,06
<i>Aesthetics</i>	5,31	5,32	0,01
<i>Perceived Quality</i>	5,46	5,56	0,10
Rata-Rata	5,46	5,51	0,05

(Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021)

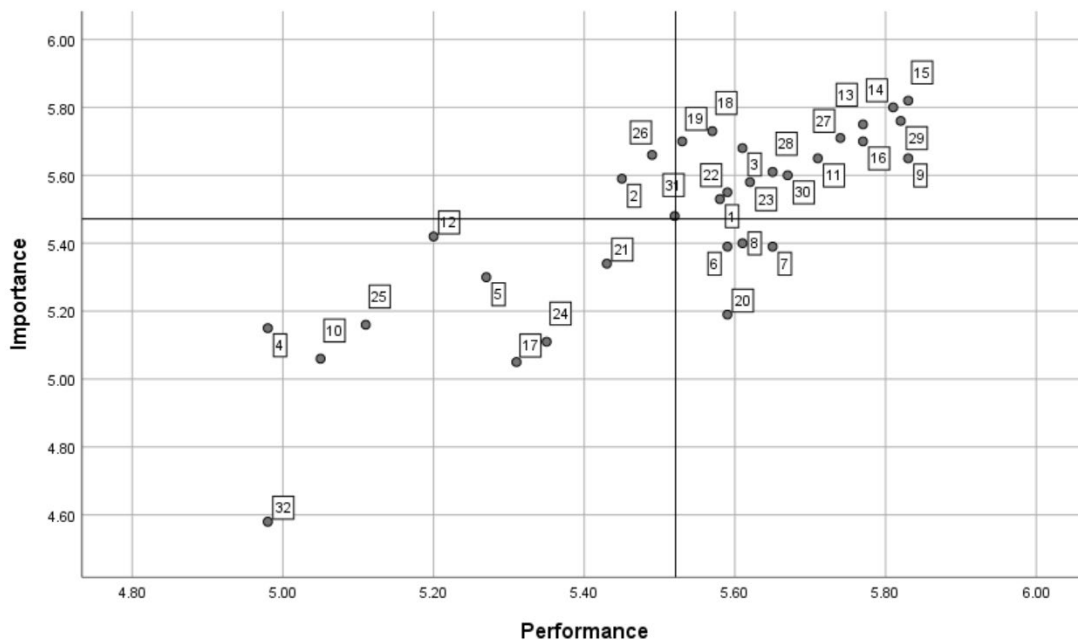
Berdasarkan perhitungan pada tabel diatas, dari ke-8 dimensi kualitas produk terdapat 2 dimensi yang menghasilkan nilai negatif yakni, dimensi *performance* dan dimensi *conformance*. Dapat diartikan bahwa kedua dimensi ini membutuhkan perhatian lebih untuk dilakukan perbaikan. Sedangkan untuk ke-6 dimensi lainnya secara keseluruhan telah bekerja dengan baik untuk dapat memenuhi harapan para pengguna Deorex karena menghasilkan nilai *gap* yang positif.

4.5 Importance Performance Analysis

4.5.1 Analisis Importance Performance Matrix

Importance Performance Analysis membantu memetakan atribut yang dianggap penting oleh pelanggan (*importance*) dan apa yang pelanggan rasakan mengenai kinerja (*performance*) dari masing-masing atribut. Data nilai yang digunakan dalam analisis IPA merupakan hasil rata-rata dari setiap atribut pada tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*). Data-data kemudian dipetakan dalam diagram kartesius untuk melihat kuadran dari masing-masing atribut, yaitu Kuadran I, Kuadran II, Kuadran III, atau Kuadran IV, dengan demikian dapat terlihat atribut apa saja yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan dan peningkatan.

Data dianalisis menggunakan *software* SPSS Statistics 26 dengan metode analisis *graphs scatter/ dot*, di mana data dituangkan ke dalam diagram kartesius seperti dibawah ini:



Gambar 4. 10 Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Deorex

Dari diagram diatas dapat terlihat bahwa terdapat 3 atribut pada kuadran I, 16 atribut pada kuadran II, 9 atribut pada kuadran III, dan 4 atribut pada kuadran IV dengan pembagian dan penjelasan seperti pada tabel di bawah:

Tabel 4. 8 Atribut berdasarkan Diagram Kartesius

Kuadran	Atribut
Kuadran I	Deorex terasa nyaman/ tidak lengket saat digunakan
	Kemasan dan label Deorex menunjukkan informasi dengan jelas
	Deorex merupakan produk yang direkomendasikan untuk orang yang memiliki permasalahan keringat berlebih
Kuadran II	Deorex ampuh dalam mengurangi bau badan
	Deorex memiliki kinerja yang konsisten
	Deorex dapat dengan mudah ditemukan dan dibeli secara <i>online</i>
	Deorex praktis untuk digunakan
	Deorex tidak meninggalkan bubuk ketiak (burket)
	Deorex tidak meninggalkan noda dan kerak pada pakaian
	Deorex tidak membuat ketiak menjadi hitam
	Deorex memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan
	Kemasan Deorex tidak mudah bocor dan aman
	<i>Spray</i> pada produk Deorex dapat digunakan dengan baik tanpa ada kerusakan
	Admin media sosial Deorex ramah dan membantu
	Admin Deorex mampu menjawab setiap pertanyaan dengan baik dan jelas
	Deorex memberikan dampak positif kepada setiap penggunanya
	Deorex dapat meningkatkan kepercayaan diri kepada setiap penggunanya
	Deorex memiliki kualitas produk yang baik secara keseluruhan
	Deorex merupakan produk yang direkomendasikan untuk orang yang memiliki permasalahan bau badan
Kuadran III	Deorex memiliki aroma yang baik
	Deorex membantu mengurangi keringat berlebih

Kuadran	Atribut
	Deorex dapat dengan mudah ditemukan dan dibeli secara <i>offline</i>
	Deorex dapat melindungi diri dari bau badan hingga 72 jam
	1 botol Deorex dapat habis dipakai hingga 1-2 bulan
	Deorex bertanggung jawab menggantikan produk jika mengalami kerusakan dalam pengiriman
	Desain kemasan Deorex memberikan kesan klinis dan medis
	Desain kemasan Deorex terlihat indah dan menarik
	Deorex memberikan kesan seperti obat
Kuadran IV	Deorex memiliki kemasan yang rapi dan bersih
	Larutan Deorex tidak mengendap pada dasar botol
	Kemasan Deorex mudah dibawa bepergian
	Deorex memiliki jangka waktu kadaluarsa 2 tahun

(Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021)

4.5.2. Analisis Kepentingan dan Kinerja

Dari hasil yang diperoleh pada diagram kartesius, atribut dengan 3 nilai tertinggi untuk tingkat kepentingan adalah atribut nomor 15 yaitu Deorex tidak membuat ketiak menjadi hitam, atribut nomor 14 yaitu Deorex tidak meninggalkan noda dan kerak pada pakaian, dan atribut nomor 29 yaitu Deorex memiliki kualitas produk yang baik secara keseluruhan. Dengan data ini maka dapat dikatakan bahwa untuk dapat menghasilkan produk yang sesuai harapan dengan harapan pelanggan, maka harus difokuskan untuk mengutamakan ke-3 atribut ini.

Sedangkan atribut dengan 3 nilai tertinggi untuk tingkat kinerja adalah atribut nomor 9 yaitu Deorex dapat dengan mudah ditemukan dan dibeli secara *online*, atribut nomor 15 yaitu Deorex tidak membuat ketiak menjadi hitam, dan atribut nomor 29 yaitu Deorex memiliki kualitas produk yang baik secara keseluruhan. Dari ke-3 atribut ini berarti sudah dipenuhi dan memenuhi harapan dari pelanggan, terlebih lagi 2 diantaranya yaitu atribut nomor 15 dan 29 juga merupakan atribut dengan nilai kepentingan yang tinggi sehingga dapat dikatakan

bahwa Deorex sudah dapat memenuhi atribut yang dianggap penting dan diharapkan oleh pelanggan.

4.5.3 Analisis Diagram Kartesius

Pada kuadran I diagram kartesius menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh pelanggan namun secara kinerja belum dapat memenuhi harapan para pelanggan, dengan demikian dibutuhkan perbaikan segera dan menjadi fokus utama agar dapat memenuhi harapan pelanggan. Atribut yang terdapat pada kuadran I ini antara lain adalah Deorex terasa nyaman/ tidak lengket saat digunakan, kemasan dan label Deorex menunjukkan informasi dengan jelas, dan Deorex merupakan produk yang direkomendasikan untuk orang yang memiliki permasalahan keringat berlebih. Ke-3 atribut ini berasal dari 3 dimensi yang berbeda yakni dimensi *performance* atau kinerja, dimensi *aesthetics* atau keindahan, dan dimensi *perceived quality* atau kesan kualitas.

Deorex terdiri dari berbagai kandungan yang telah diformulasikan secara khusus sehingga dapat membunuh bakteri penyebab bau badan dan memberikan lapisan tidak terlihat untuk mencegah bakteri untuk tumbuh kembali. Bagi mereka yang merasa bahwa Deorex kurang nyaman/ lengket saat digunakan umumnya terjadi karena keadaan larutan Deorex yang belum sepenuhnya kering. Keadaan tidak nyaman/ lengket ini juga tidak terjadi pada seluruh pengguna Deorex, pada fakta di lapangan, khusus pada hasil *review*/ ulasan pengguna Deorex, banyak yang merasa bahwa larutan Deorex terasa seperti air dan tidak lengket. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hal ini dapat terjadi akibat penggunaan yang tidak sesuai dengan langkah yang telah dituliskan dan juga keadaan kulit setiap individu yang dapat bereaksi secara berbeda. Sehingga perbaikan yang dapat dilakukan adalah dengan memperjelas dan mempersingkat petunjuk penggunaan Deorex pada kemasan dan label, di mana hal ini juga berkaitan dengan atribut berikutnya yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Selain itu juga memberikan informasi langkah penggunaan melalui akun media sosial Deorex seperti Instagram, Twitter, dan Youtube.

Kemasan yang digunakan Deorex pada saat ini yakni pada botol Deorex merupakan botol umum berukuran 60 ml, di mana dari hasil yang ditemukan pada

lapangan beberapa pengguna mengeluhkan bahwa botol tersebut kerap kali tertukar dengan produk lain seperti *hand sanitizer*. Untuk kemasan luar (kotak) dan juga label juga diperlukan informasi yang lebih jelas, dengan demikian peningkatan pada atribut ini akan dilakukan dengan melakukan penggantian botol serta membuat desain baru dari kemasan dan label Deorex yang lebih menarik dan juga memuat informasi secara lebih jelas, singkat, dan mudah dipahami. Dengan memiliki desain kemasan yang menarik dan jelas dapat meningkatkan minat membeli seperti yang disimpulkan pada penelitian oleh Mufreni (2016) yaitu bahwa desain produk dan kemasan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Dengan desain dan kemasan yang menarik maka dapat menarik perhatian dan disaat yang sama meningkatkan citra dan persepsi konsumen.

Deorex merupakan produk yang memiliki fungsi utama untuk membantu mengurangi bau badan dan memiliki fungsi tambahan untuk membantu mengurangi keringat berlebih. Pada hal ini, atribut Deorex merupakan produk yang direkomendasikan untuk orang yang memiliki permasalahan keringat berlebih belum dapat dipenuhi sepenuhnya. Hal lain yang menjadi alasan belum dapat terpenuhi atribut tersebut adalah karena memang Deorex diformulasikan hanya untuk menahan 50% keringat sehingga pada beberapa kasus untuk orang yang memiliki keringat sangat berlebih menjadikannya tidak dapat menahan keringat secara maksimal. Solusi untuk dapat memuaskan pelanggan adalah dengan mengeluarkan varian baru "*strong*" yang dapat lebih menahan keringat secara maksimal. Sehingga, untuk pelanggan yang memiliki keringat berlebih dapat terbantu secara lebih maksimal dengan varian "*strong*" ini, dan bagi mereka yang tidak memiliki permasalahan keringat berlebih tetap dapat menggunakan varian *original* yang ada.

Pada kuadran berikutnya yakni Kuadran II, memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan telah dapat memenuhi harapan para pelanggan. Atribut-atribut pada kuadran ini harus dipertahankan sehingga kinerja tetap dapat memenuhi harapan pelanggan. Atribut pada kuadran II berisikan 16 atribut yang terbagi dalam 6 dimensi berbeda, pembagian tersebut antara lain terdiri dari 2 atribut dimensi *performance* atau kinerja, 2 atribut dimensi *reliability* atau kehandalan, 4 atribut dimensi *conformance* atau kesesuaian,

2 atribut dimensi *durability* atau ketahanan, 2 atribut dimensi *serviceability* atau kemampulayanan, 4 atribut dimensi *perceived quality* atau kesan kualitas.

Dari dimensi *performance* atau kinerja, terdapat 2 atribut yakni Deorex ampuh dalam mengurangi bau badan dan Deorex memiliki kinerja yang konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai produk penghilang bau badan, Deorex telah berhasil menghadirkan produk yang dapat bekerja sesuai dengan fungsinya serta memenuhi harapan pelanggan dalam menghilangkan bau badan. Selain itu juga, kinerja dalam menghilangkan bau badan yang dinilai konsisten berarti kualitas produk Deorex selalu terjaga sehingga dapat memberikan hasil yang sama dari waktu ke waktu dalam menghilangkan bau badan dari pengguna Deorex. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa produk Deorex secara kualitas telah dapat bekerja sesuai harapan pelanggan secara konsisten.

Atribut pada kuadran II ini yang berasal dari dimensi *reliability* atau kehandalan adalah Deorex dapat dengan mudah ditemukan dan dibeli secara *online* dan Deorex praktis untuk digunakan. Dewasa ini memang dunia *online* menjadi pilihan dalam berbelanja dan telah menjadi suatu gaya hidup baru ditambah dengan segala kemudahan dan promo yang ada. Hal ini dibuktikan dengan tersedianya Deorex di berbagai macam *e-commerce* yang ada dan Deorex akan memastikan untuk dapat terus mengikuti perkembangan zaman, khususnya pada dunia *online* dengan melihat *e-commerce* yang sedang viral atau yang disukai oleh masyarakat untuk dapat memberikan mereka kenyamanan dalam berbelanja.

Produk Deorex yang dinilai praktis juga merupakan salah satu keunggulan Deorex, di mana para penggunanya cukup menggunakan Deorex pada malam hari sebelum tidur dan mereka akan terlindungi dari bau badan hingga 72 jam. Artinya hanya perlu waktu beberapa detik untuk menyemprotkan Deorex dan bahkan tidak perlu dilakukan setiap hari. Kepraktisan ini tentu menjadi keunggulan bagi Deorex, karena kepraktisan sebuah produk mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian sebuah produk seperti yang ditemukan dalam penelitian oleh Suharman (2019). Dengan demikian kepraktisan dalam penggunaan produk serta membeli produk secara *online* harus tetap terjaga kepraktisannya atau bahkan ditingkatkan dengan salah satunya menghadirkan produk yang dapat bertahan lebih dari 72 jam, seperti pada solusi sebelumnya pada kuadran I dalam atribut menahan keringat,

yaitu dengan menghadirkan varian “*strong*”, serta dengan hadir dalam metode-metode belanja baru yang dapat memudahkan para pelanggan.

Pada kuadran II dimensi *conformance* atau kesesuaian, terdapat 4 atribut yaitu Deorex tidak meninggalkan bubuk ketiak (burket), Deorex tidak meninggalkan noda dan kerak pada pakaian, Deorex tidak membuat ketiak menjadi hitam, dan Deorex memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan. Pada dimensi ini 4 dari 5 atribut berada di kuadran II, artinya secara keseluruhan dari apa yang produk Deorex tawarkan telah sesuai dengan harapan dari para penggunanya. Dari dimensi ini juga terdapat atribut dengan nilai tertinggi dari seluruh atribut yang ada, yaitu pada atribut Deorex tidak membuat ketiak menjadi hitam, di mana hal ini juga menjadi keunggulan sekaligus pembeda dari produk sejenis lainnya seperti deodoran yang kerap kali dikeluhkan membuat ketiak menjadi hitam. Mengetahui hal ini, maka Deorex akan dapat memperkuat posisinya sekaligus mempromosikan keunggulan dari produk Deorex yaitu Deorex tidak meninggalkan bubuk ketiak (burket), Deorex tidak meninggalkan noda dan kerak pada pakaian, dan Deorex tidak membuat ketiak menjadi hitam dalam strategi komunikasi pemasaran dalam bentuk konten media sosial, konten iklan dan video, ataupun konten yang dibuat oleh *influencer* sehingga dapat tersampaikan kepada masyarakat mengenai keunggulan-keunggulan tersebut.

Atribut dari dimensi *durability* atau ketahanan yang berada pada kuadran II adalah kemasan Deorex tidak mudah bocor dan aman dan *spray* pada produk Deorex dapat digunakan dengan baik tanpa ada kerusakan. Kedua hal ini tentu penting bagi para pengguna agar produk dapat digunakan secara mudah dan praktis, tanpa menimbulkan kesulitan. Kemasan dan *spray* pada produk Deorex akan ditingkatkan bukan hanya secara ketahanan tidak bocor dan *spray* yang lancar, namun juga secara bentuk dan desain yang lebih menarik seperti yang telah dibahas untuk peningkatan kualitas pada kuadran I.

Selanjutnya pada dimensi *serviceability* atau kemampulayanan terdapat 2 atribut, antara lain merupakan admin media sosial Deorex ramah dan membantu dan admin Deorex mampu menjawab setiap pertanyaan dengan baik dan jelas. Dalam hal ini, admin merupakan representatif dari perusahaan sehingga dengan melayani dan menjawab secara ramah dan jelas akan memberikan kesan yang baik

terhadap perusahaan dan produk Deorex. Walaupun sudah sesuai dengan harapan, kinerja dari admin ini tetap harus terus diawasi dan dievaluasi sehingga tetap memberikan pelayanan yang prima kepada para pelanggan bahkan ditingkatkan sehingga bisa memberikan pelayanan yang melebihi ekspektasi para pelanggan. Dalam jurnal oleh Nurlia (2018), mengemukakan bahwa dengan memberikan pelayanan prima (*service excellence*) maka akan mengurangi kemungkinan adanya *gap* antara pelayanan dengan keinginan pelanggan yang dapat menyebabkan ketidakpuasan. Dengan demikian meningkatkan kepercayaan pelanggan serta tingkat loyalitas pelanggan produk dan perusahaan.

Kemudian untuk dimensi *perceived quality* atau kesan kualitas terdapat 4 atribut yakni Deorex memberikan dampak positif kepada setiap penggunanya, Deorex dapat meningkatkan kepercayaan diri kepada setiap penggunanya, Deorex memiliki kualitas produk yang baik secara keseluruhan, dan Deorex merupakan produk yang direkomendasikan untuk orang yang memiliki permasalahan bau badan. Dari hasil yang didapatkan pada dimensi ini menunjukkan bahwa kualitas produk Deorex secara keseluruhan sudah baik dan bekerja sesuai harapan para pelanggan.

Pada kuadran III berisikan atribut yang memiliki tingkat kepentingan rendah bagi pelanggan dan tidak terlalu diharapkan serta dengan tingkat kinerja yang biasa saja. Total atribut pada kuadran III sebanyak 9 atribut yang terbagi dari 1 atribut dimensi *performance* atau kinerja yaitu Deorex memiliki aroma yang baik, 1 atribut dimensi *features* atau fitur yaitu Deorex membantu mengurangi keringat berlebih, 1 atribut dimensi *reliability* atau kehandalan Deorex dapat dengan mudah ditemukan dan dibeli secara *offline*, 1 atribut dimensi *conformance* atau kesesuaian yaitu Deorex dapat melindungi diri dari bau badan hingga 72 jam, 1 atribut dimensi *durability* atau ketahanan yaitu 1 botol Deorex dapat habis dipakai hingga 1-2 bulan, 1 atribut dimensi *serviceability* atau kemampuan Deorex bertanggung jawab menggantikan produk jika mengalami kerusakan dalam pengiriman, 2 atribut dimensi *aesthetics* atau keindahan yaitu desain kemasan Deorex memberikan kesan klinis dan medis dan desain kemasan Deorex terlihat indah dan menarik, dan 1 atribut dimensi *perceived quality* atau kesan kualitas yaitu Deorex memberikan kesan seperti obat.

Pada kuadran ini terdiri dari ke-8 dimensi dengan bobot masing-masing 1 atribut kecuali dari dimensi dimensi *aesthetics* atau keindahan yang berisikan 2 atribut. Dalam hal terlihat bahwa untuk produk Deorex, pelanggan tidak merasa bahwa desain menjadi hal yang penting, namun agar meningkatkan kualitas produk secara menyeluruh sehingga dapat menjadi lebih baik, maka desain dari kemasan Deorex akan ditingkatkan juga sekaligus sebagai bagian dari peningkatan pada atribut kuadran I yakni untuk atribut kemasan dan label Deorex menunjukkan informasi dengan jelas.

Pada kuadran terakhir yaitu kuadran IV merupakan atribut yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan namun secara kinerja sudah baik bahkan dapat melebihi ekspektasi para pelanggan. Pada kuadran ini terdapat 4 atribut yang terdiri atas 2 atribut dimensi *features* atau fitur yaitu Deorex memiliki kemasan yang rapi dan bersih dan larutan Deorex tidak mengendap pada dasar botol, 1 atribut dimensi *reliability* atau kehandalan yaitu kemasan Deorex mudah dibawa bepergian, dan 1 atribut dimensi *durability* atau ketahanan yaitu Deorex memiliki jangka waktu kadaluarsa 2 tahun. Atribut-atribut ini akan tetap dipertahankan sehingga tetap dapat memberikan tingkat kepuasan lebih bagi para pelanggan.

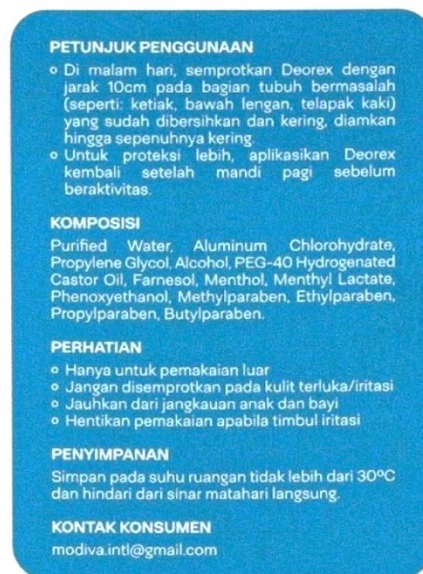
Secara keseluruhan melalui *Importance Performance Analysis (IPA)*, ditemukan bahwa terdapat 20 atribut yang memiliki tingkat kinerja yang baik sesuai harapan pelanggan dan bahkan melebihi harapan pelanggan. Untuk atribut yang membutuhkan peningkatan segera terdapat 3 atribut yang berada pada kuadran I, sehingga membutuhkan fokus pada atribut-atribut tersebut untuk dapat meningkatkan kualitas produk Deorex.

4.5.4 Usulan Rancangan Perbaikan Produk Deorex

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)*, ditemukan beberapa atribut yang kinerjanya belum dapat memenuhi harapan para pelanggan. Dengan mengetahui hal tersebut maka atribut-atribut tersebut membutuhkan perbaikan agar dapat meningkatkan kualitas produk Deorex. Untuk itu dibentuklah usulan rancangan perbaikan produk Deorex yang adalah sebagai berikut ini:

1. Memperjelas cara penggunaan Deorex

Deorex merupakan *body odorizer* yang dapat membunuh bakteri penyebab bau badan secara efektif dengan cara yang praktis. Namun para pengguna terkadang masih bingung atau salah dalam menggunakan Deorex yang dibuktikan bahwa atribut nomor 26 mengenai kemasan dan label Deorex menunjukkan informasi dengan jelas perlu ditingkatkan. Kesalahan langkah penggunaan dapat mengakibatkan tingkat efektifitas Deorex menurun atau memberikan rasa lengket pada tubuh seperti yang ada pada atribut nomor 2 yakni Deorex terasa nyaman/ tidak lengket saat digunakan yang dinilai membutuhkan perbaikan. Untuk itu cara dan langkah penggunaan Deorex membutuhkan perbaikan dan diperjelas serta dengan bahasa penyampaian yang mudah dimengerti. Letak penjelasan penggunaan Deorex pun akan ditaruh pada berbagai media seperti label pada botol Deorex, kemasan luar Deorex, dan media sosial Deorex dengan penulisan yang mudah dilihat dan dibaca, baik dalam bentuk infografis maupun video pemakaian Deorex. Selain itu diperlukan penjelasan cara penggunaan Deorex oleh *influencer* secara jelas dan rinci agar tidak ada penjelasan yang salah atau ambigu saat disampaikan. Dengan begitu, diharapkan seluruh pengguna Deorex dapat merasakan manfaat dan fungsi produk Deorex secara maksimal.



Gambar 4. 11 Cara Penggunaan Deorex Pada Kemasan Botol dan Kotak Deorex Baru

Bagaimana cara pakai Deorex?



Gambar 4. 12 Infografis Cara Penggunaan Deorex



Gambar 4. 13 Cara Penggunaan Deorex Pada Kemasan Botol dan Kotak Deorex Lama

2. Membuat desain baru untuk kemasan dan label Deorex

Menyambung dengan poin sebelumnya, atribut nomor 26 yaitu kemasan dan label Deorex menunjukkan informasi dengan jelas, atribut ini berada pada kuadran I sehingga mengindikasikan bahwa informasi cara

pemakaian Deorex yang dinilai kurang dapat dijelaskan dengan baik sehingga perlu perbaikan yang akan ditingkatkan sekaligus dengan peningkatan desain mengingat desain Deorex yang belum mengalami pembaharuan semenjak pertama kali diluncurkan pada tahun 2011. Selain itu juga, ditambah dengan atribut nomor 24 dan 25 pada kuadran III yaitu desain kemasan Deorex memberikan kesan klinis dan medis dan desain kemasan Deorex terlihat indah dan menarik, di mana masih dianggap kinerjanya kurang memuaskan pelanggan. Artinya pelanggan menganggap bawah desain Deorex saat ini masih kurang memberikan kesan klinis dan medis serta dinilai kurang menarik. Dengan usulan untuk permasalahan ini adalah untuk sekaligus membuat desain baru untuk kemasan dan label Deorex. Dengan desain yang baru akan mengikuti tren dan modern sesuai dengan perkembangan desain di saat ini sehingga dapat lebih sesuai dengan zaman dan juga lebih sesuai dengan target pasar utama yang merupakan milenial berusia 20-30 tahun. Melalui peningkatan ini diharapkan dapat semakin menarik minat pembeli serta menjadi menonjol serta menarik ketika berada pada rak-rak toko.



Gambar 4. 14 Desain 3 Dimensi Kemasan Deorex Baru



Gambar 4. 15 Desain Kemasan Deorex Baru



Gambar 4. 16 Desain Label Deorex Baru



Gambar 4. 17 Desain 3 Dimensi Kemasan Deorex Lama



Gambar 4. 18 Desain Kemasan Deorex Lama

3. Mengganti kemasan botol Deorex

Walaupun botol yang digunakan Deorex saat ini dapat berfungsi dengan baik, namun botol tersebut merupakan botol umum yang banyak digunakan oleh berbagai merek dan produk lain seperti *hand sanitizer* yang menurut beberapa pendapat pengguna Deorex membuat mereka tertukar

saat menggunakan Deorex. Hal ini juga terlihat pada atribut nomor 25 yang adalah desain kemasan Deorex terlihat indah dan menarik, di mana atribut ini walaupun berada pada kuadran III yang juga menjadi prioritas dalam perbaikan kualitas produk. Dengan mengganti kemasan botol Deorex akan memperkuat identitas serta persepsi pengguna akan produk Deorex yang menjadi semakin baik dan berbeda diantara produk sejenis lainnya. Selain itu tentunya dengan botol baru yang berbeda dari lainnya diharapkan dapat meningkatkan minat beli pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian. Rancangan ini juga menjawab hasil analisis *gap* untuk atribut nomor 18 dan 19 yaitu kemasan Deorex tidak mudah bocor dan aman, *spray* pada produk Deorex dapat digunakan dengan baik tanpa ada kerusakan yang keduanya menghasilkan nilai negatif. Dengan nilai negatif pada kedua atribut tersebut, artinya ditemukan pada beberapa pengguna yang mengalami kebocoran pada botol Deorex dan adanya kerusakan pada *spray* Deorex, sehingga diusulkan peningkatan dengan melakukan penggantian botol yang lebih unik dan berbeda serta dengan kekuatan yang lebih baik dan *spray* yang dapat menyebar dengan lebih merata.



Gambar 4. 19 Botol Deorex Baru



Gambar 4. 20 Botol Deorex Lama

4. Mengeluarkan varian Deorex “*Strong*”

Sebagian orang memiliki tingkat masalah bau badan dan masalah keringat berlebih yang berbeda-beda. Beberapa membutuhkan formula yang dapat lebih mengurangi bau badan dan menahan keringat yang sangat berlebih ataupun ingin terlindungi untuk waktu yang lebih panjang diatas 72 jam. Dengan demikian untuk menjawab persoalan pada atribut nomor 31 yaitu Deorex merupakan produk yang direkomendasikan untuk orang yang memiliki permasalahan keringat berlebih, di mana atribut ini belum dapat memenuhi harapan pelanggan maka diusulkan untuk mengeluarkan varian baru yang diformulasikan secara berbeda dari Deorex yang ada saat ini. Varian tersebut akan memiliki kandungan *anti-perspirant* yang lebih tinggi sehingga dapat lebih menahan keringat yang berlebih.

5. Memperkuat dan memperjelas keunggulan dari Deorex

Deorex memiliki keunggulan yang menonjol jika dibandingkan produk bau badan sejenis seperti deodoran ataupun lainnya. Keunggulan tersebut antara lain adalah tidak meninggalkan bubuk ketiak (burket), tidak meninggalkan noda dan kerak pada pakaian, tidak membuat ketiak menjadi hitam, dan tahan hingga 72 jam. Namun, saat ini keunggulan-keunggulan tersebut masih belum dipromosikan secara massal dan kuat, sedangkan merupakan keunggulan yang dapat menarik perhatian para pelanggan.

Untuk itu keunggulan ini perlu dipromosikan secara kuat melalui media sosial Deorex dalam bentuk konten infografis, konten iklan, konten video ataupun dalam promosi dan penawaran yang dilakukan oleh para *influencers*.

Selain itu, dengan keunggulan yang dimiliki oleh Deorex dibandingkan produk sejenis lainnya maka Deorex dapat memiliki posisi yang berbeda di *market*. Dengan posisi tersebut tercetuslah sebuah segmen produk *body odorizer*, namun belum kuat dan tersebar di masyarakat secara merata. Istilah *body odorizer* memiliki arti sebagai produk yang menghilangkan bau badan dari sumbernya dengan membunuh bakteri penyebab bau dan bukan menutupi bau. *Positioning* dan *branding* Deorex sebagai *body odorizer* ini yang perlu dipertajam dan disuarakan secara lantang. Hal lain yang dapat dilakukan untuk memperkuat identitas Deorex adalah dengan membuat sebuah *tagline* untuk produk Deorex. Usulan *tagline* untuk Deorex adalah *NoBodies Perfect*, di mana hal ini dapat berarti bahwa tidak ada tubuh yang sempurna dan dalam hal ini bau badan adalah hal yang wajar dan bukan menjadi sebuah masalah besar karena Deorex hadir sebagai solusinya dengan berbagai keunggulan.



NOBODIES PERFECT

Gambar 4. 21 Tagline NoBodies Perfect