

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan zaman, pertumbuhan ekonomi juga semakin berkembang pesat di Indonesia, semakin banyak usaha yang bermunculan yang bergerak dibidang pengobatan herbal, baik yang sudah menjamur maupun termasuk usaha baru. Dengan demikian, maka dapat dilihat bahwa perusahaan yang bergerak dibidang kesehatan dengan konsep pengobatan herbal sudah semakin banyak, sehingga menyebabkan pelanggan sulit untuk loyal terhadap produk herbal tertentu.

Saat ini obat herbal telah menjadi pilihan alternatif pengobatan terbaik bagi sebagian besar masyarakat Indonesia dan masyarakat Internasional. Hal ini dikarenakan penggunaan bahan kimia pada produk obat standard yang beredar dipasaran secara bebas, sering kali mengakibatkan efek samping yang sangat buruk dan berkepanjangan. Untuk memilih obat herbal yang baik diperlukan juga sedikit pengetahuan mengenai kesehatan, penyakit dan juga metode pengobatannya. Obat herbal relatif lebih aman karena hampir tidak memiliki efek samping, hal ini telah dibuktikan dengan banyaknya penelitian ilmiah (kedokteran) mengenai produk-produk yang dihasilkan dari tanaman.

Semakin meningkatnya usaha yang bergerak di bidang pengobatan herbal membuat produsen untuk sebisah mungkin dapat bersaing dengan

kompetitor, hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan tujuan yang sama, akan tetapi berbeda kualitas, fitur produk dan kegunaannya. Sehingga, pelanggan pun bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Pelanggan tidak lagi membeli produk berdasarkan pertimbangan wujud fisiknya saja, namun pelanggan lebih mempertimbangkan segala aspek kualitas yang melekat pada produk yang akan di belinya, seperti daya tahan produk dan kualitas yang dirasakan setelah menggunakan produk tersebut.

Kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas dalam pandangan pelanggan adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya. Kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi, keragaman ukuran produk, dan lain-lain (Kotler dan Armstrong, 2008: 55).

Salah satu sasaran mengapa suatu produk harus berkualitas yakni untuk mendapatkan suatu tingkat kepuasan pada pelanggan. Kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan memberikan atau tidaknya memberikan manfaat nyata. Jika kualitas produk yang diberikan baik maka akan timbul kepuasan pelanggan yang merupakan jembatan untuk menuju loyalitas pelanggan. Karena jika pelanggan merasa puas

dalam melakukan pembelian, maka selanjutnya dia akan memperhatikan peluang membeli yang lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya (Kotler, dan Keller 2009: 115).

Tjiptono (2008: 45), kepuasan pelanggan adalah evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk atau jasa relatif bagus atau jelek, atau apakah produk atau jasa cocok atau tidak cocok dengan tujuan pemakaian. Kepuasan pelanggan dapat tercipta dari pengalaman pelanggan dalam mengkonsumsi produk atau jasa, menerima janji yang diberikan oleh perusahaan. Jika perusahaan dapat memberikan janji sesuai yang diharapkan oleh pelanggan.

Jika konsumen puas akan performance suatu merek maka akan membeli terus merek tersebut, menggunakannya bahkan memberitahukan pada orang lain akan kelebihan merek tersebut berdasarkan pengalaman konsumen dalam memakai merek tersebut. Jika konsumen puas akan suatu merek tertentu dan sering membeli produk tersebut maka dapat dikatakan tingkat kesetiaan merek itu tinggi, sebaliknya jika konsumen tidak terlalu puas akan suatu merek tertentu dan cenderung untuk membeli produk dengan merek yang berbeda-beda maka tingkat kesetiaan merek rendah. Kepuasan konsumen perlu dipelihara dan ditingkatkan agar dapat menciptakan dan mempertahankan kesetiaan terhadap merek. Bila konsumen memperoleh kepuasan dari pembeliannya akan suatu produk maka hal tersebut akan menciptakan sikap positif terhadap merek tersebut sehingga konsumen akan melakukan pembelian

Loyalitas merupakan modal yang penting bagi perusahaan untuk bisa bersaing, karena dengan loyalitas berarti pelanggan puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan sehingga pelanggan akan tertarik untuk melakukan pembelian atau transaksi ulang dengan perusahaan. Pelanggan yang merasa puas dengan produk yang digunakan akan selalu merekomendasikan produk tersebut kepada siapa saja yang ditemuinya baik kerabat ataupun saudara terdekat.

Terbentuknya Loyalitas pelanggan tidak terlepas dari kualitas produk, kualitas produk merupakan salah satu kunci kesuksesan dalam dunia bisnis, karena produk yang berkualitas tinggi akan di minati oleh pelanggan. Kualitas produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketetapan kemudahan operasional dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program "*Total Quality Manajemen (TQM)*". Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas adalah untuk meningkatkan nilai pelanggan.

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas "kesetiaan" mereka pada produk-produk lain buatan produsen yang sama, dan pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk

selamanya. Kesetiaan terhadap merek merupakan salah satu dari aset merek, yang menunjukkan mahalnya nilai sebuah loyalitas, karena untuk membanggunya banyak tantangan yang harus dihadapi serta membutuhkan waktu yang sangat lama

Terkait dengan penjelasan di atas, salah satu upaya yang dilakukan PT. Tiens Internasional dalam menghadapi persaingan yang begitu ketat dengan menciptakan produk-produk kesehatan yang berkualitas tinggi dengan memperhatikan daya tahan produk, keistimewaan, kenyamanan dan kualitas yang dirasakan setelah mengkonsumsi produk tersebut.

Produk PT. Tiens Internasional memiliki bahan alami serta konsep rahasia kesehatan kerajaan Tiongkok kuno yang dipadukan dengan teknologi modern. Produk-produk ini alami dan sangat baik untuk digunakan jangka panjang dan sudah bersertifikasi halal dimana pelanggan lebih memilih produk yang sudah bersertifikasi halal ketimbang produk yang belum mendapatkan label halal. Produk Tiens mempunyai produk unggulan yaitu calcium Tiens. Calcium Tiens yang merupakan calcium terbaik dunia karena calcium ini berbeda dengan calcium yang berada di pasaran. Calcium tiens berasal dari sum-sum tulang belakang sapi segar yang diolah dengan bioteknologi modern dan daya serapnya 99% tidak menyebabkan pengapuran di ginjal sehingga sangat baik untuk kesehatan.

Tabel 1: Data Penjualan Produk Obat Kesehatan Tiens Internasional Stockist 260 Gorontalo Tahun 2016

Produk	Bulan					
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
NUTRIENT CALCIUM	15	14	18	19	12	19
SHUTANG CALCIUM	40	35	33	40	36	33
CALCIUM CHILDREN	20	26	24	25	18	29
JIANG ZHI TEA	20	18	30	25	16	28
SPIRULINA	25	48	41	34	50	40
RENUVES	20	24	22	32	36	33
VITALINE	20	19	29	30	19	32
<b>Jumlah Penjualan</b>	<b>44.320.000</b>	<b>55.750.000</b>	<b>55.992.000</b>	<b>57.800.000</b>	<b>58.302.000</b>	<b>60.957.000</b>

Sumber : Data diolah dari Stockist 260, Gorontalo

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa penjualan pada PT Tiens Internasional khususnya pada produk kesehatan mengalami peningkatan dari bulan kebulan. Pada nominal penjualan dapat dilihat bahwa nilai penjualan terus meningkat. Namun jika diamati dengan seksama menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi dari unit produk yang terjual. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya kesetiaan dari pelanggan dalam hal ini pelanggan kurang loyal dalam membeli produk tiens. Tentunya hal ini dikaibatkan oleh adanya kurang puasnya pelanggan sebagai akibat dari kualitas produk yang masih mendapatkan stigma negatif terutama jika pelanggan tersebut merupakan pelanggan yang awam dengan produk-produk kesehatan tersebut. Hal tersebut terlihat pada semua jenis produk

yakni pada Nutrient Calcium, Shutang Calcium, Calcium Children, Jiang Zhi Tea, Spirulina, Renuves, dan Vitaline. Hal ini

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dideskripsikan diatas, maka penulis tertarik mengadakan suatu penelitian dengan formulasi judul ***“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk PT.Tiens Internasional”***.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang kesehatan dengan berbagai macam produk.
2. Pelanggan sulit untuk loyal terhadap produk herbal tertentu. Karena banyak produk lain yang semakin beragam.
3. Kualitas produk herbal yang ditawarkan perusahaan membuat pelanggan melakukan pembelian ulang.
4. Sebagian konsumen enggan membeli kembali produk Tiens.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan produk Tiens?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan produk Tiens?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk Tiens?
4. Apakah kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan produk Tiens?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari pelaksanaan pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan produk Tiens
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan produk Tiens
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk Tiens
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan produk Tiens.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Dapat memberikan kontribusi dan pengetahuan peneliti tentang masalah yang diteliti mengenai kualitas produk dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

### **1. Manfaat Praktis**

- a. Dapat digunakan sebagai dasar untuk memecahkan masalah yang berhubungan dengan kualitas produk dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Menambah pengalaman dan wawasan bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan