

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1. 1. Latar Belakang Permasalahan**

Sepanjang hidup manusia memiliki banyak kebutuhan dan mengenal berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhannya. Seiring dengan perkembangan peradaban manusia kebutuhan itu pun berkembang pula, mulai dari kebutuhan sederhana dan bersifat mutlak hingga pada kebutuhan yang bersifat mewah. Pada saat peradaban manusia semakin tinggi, pemenuhan kebutuhan akan rasa aman bukan hanya untuk mencegah kematian saja tetapi juga mempunyai pertimbangan-pertimbangan lain, misalnya manusia membeli suatu produk bukan hanya agar terhindar dari penyakit tetapi juga untuk memperoleh kepuasan dari produk tersebut.

Kemajuan dunia pendidikan telah membuat kesadaran manusia akan kesehatannya semakin bertambah. Manusia semakin sadar untuk menjaga kesehatan dan kebersihannya, baik kebersihan diri sendiri maupun kebersihan lingkungannya. Motivasi untuk menjaga kesehatan dikarenakan adanya kebutuhan akan rasa aman dari penyakit. Dengan demikian manusia berharap dapat memperpanjang harapan hidupnya dan mengurangi tingkat kematian.

Kebutuhan untuk menjaga kesehatan telah menimbulkan peluang usaha yang cukup menarik bagi perusahaan-perusahaan untuk terjun kedalamnya. Hingga saat ini ada banyak perusahaan yang kita kenal menghasilkan produk makanan kesehatan ( *health food product* ) dan salah satunya merupakan

vitamin C merek Super Ester C. Karena perusahaan makin bersifat massal dan persaingan ditandai dengan fenomena hiperkompetisi, maka bukannya orang yang mencari barang tetapi sebaliknya baranglah yang mencari orang. Dengan demikian kondisi pasar mengalami perubahan dari *seller market* ke *buyer market*. Dalam situasi *buyer market*, persepsi dan kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa menjadi lebih penting dibanding dengan persepsi dan kepuasan produsen.

Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan dalam usaha adalah menganut "*customer satisfaction*" (kepuasan pelanggan). Konsep kepuasan pelanggan bukanlah hal yang baru dalam pemasaran karena secara tradisional falsafah pemasaran memang pencapaian kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan dapat terwujud bila perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan, sedangkan loyalitas terjadi apabila pelanggan melakukan pembelian ulang terhadap merek yang sama secara terus menerus meskipun banyak merek yang tersedia. Kepuasan dan loyalitas pelanggan penting bagi perusahaan karena kepuasan merupakan hal yang diinginkan perusahaan. Salah satu produk makanan kesehatan yang cukup dikenal saat ini adalah vitamin C merek Super Ester C berasal dari Australia berada dibawah naungan PT. Totalcitra Jaya Mandiri sebagai distributor tunggal di Indonesia.

## 1. 2. Perumusan Masalah

Konsumen vitamin C saat ini dihadapkan pada banyaknya merek yang beredar di pasaran sehingga konsumen mempunyai alternatif pilihan untuk dapat

memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Melalui penelitian ini penulis ingin mengetahui :

“Apakah ada pengaruh faktor-faktor kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada pembelian produk vitamin C merek Super Ester C di Surabaya ?”.

### **1. 3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh faktor-faktor kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada produk vitamin C merek Super Ester C di Surabaya.

### **1. 4. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi penulis**

- a) Untuk mengetahui serta membandingkan antara teori yang didapat penulis serta bacaan-bacaan di luar perkuliahan dengan kenyataan yang ada di perusahaan.
- b) Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan sebagai tambahan bahan pustaka yang dapat digunakan untuk bahan pertimbangan bila menemukan permasalahan yang sama.

#### **2. Bagi perusahaan**

Memberi saran dan pertimbangan yang berguna bagi perusahaan sehubungan dengan pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada

produk yang menjadi obyek pengamatan penulis untuk mengambil keputusan di masa yang akan datang.

### 3. Bagi pembaca

Untuk menambah perbendaharaan perpustakaan dan memberikan informasi serta merangsang pihak lain untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.

## 1. 5. Sistematika Skripsi

### **Bab 1.    Pendahuluan**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

### **Bab 2.    Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, teori-teori yang digunakan dalam mendukung pembahasan permasalahan yang ada, hipotesis yang diajukan bagi masalah yang dihadapi perusahaan serta model analisis.

### **Bab 3.    Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan secara garis besar langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian yang dimulai dari identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, teknik analisis data serta prosedur pengujian hipotesis.

**Bab 4. Analisis dan Pembahasan**

Berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

**Bab 5. Simpulan dan Saran**

Bab ini berisi simpulan dan saran yang diambil dari hasil pengolahan data dan analisis.

