

## Bab 1

### Pendahuluan

#### 1. LATAR BELAKANG

Di dunia ini tak ada satu orang pun yang memiliki keinginan untuk sakit. Ketika kita dalam kondisi sakit, badan akan terasa sangat tidak nyaman. Menjaga kesehatan tubuh adalah salah satu hal penting yang harus selalu kita upayakan. Jika tubuh kita dalam keadaan sakit, pastinya kita tidak akan bisa menikmati hari-hari kita dengan indah. Semua akan terasa tidak nyaman. Tidur, duduk, makan pun tidak akan pernah terasa nyaman jika kita dalam keadaan sakit. Semua akan terasa salah ketika kesehatan tubuh kita dalam keadaan *drop*. Kesehatan tubuh kita adalah modal utama untuk menjalani hari dan meraih kesuksesan. Sebuah kesuksesan hidup akan terasa sia-sia jika kita meraihnya dalam keadaan sakit. Kesuksesan akan terasa lengkap jika kita dalam keadaan sehat dan kita bisa menikmati jerih payah kita selama ini.

Tubuh manusia memiliki berbagai macam komponen yang saling terkait, dan jika ada yang sakit satu, maka semua bagian yang lain akan ikut merasakannya. Salah satunya adalah kesehatan gigi. **Kesehatan gigi** merupakan hal yang penting untuk dijaga. Gigi dan gusi yang rusak akan menyebabkan rasa sakit. Selain itu juga akan menyebabkan gangguan pengunyahan dan dapat mengganggu kesehatan tubuh lainnya. Gigi dan gusi harus tetap terjaga kesehatannya. Dengan menggunakan pasta gigi dapat membantu dalam menjaga kesehatan gigi dan

mulut. Penggunaannya yang praktis akan mempermudah dalam menjaga kesehatan gigi secara rutin.

Kebutuhan masyarakat terhadap kesehatan gigi merupakan salah satu nilai yang diharapkan dapat terpenuhi secara mudah dan murah. Hal inilah yang ditangkap menjadi sebuah peluang bagi perusahaan untuk memproduksi pasta gigi yang sesuai dengan harapan masyarakat.

Pasta gigi memiliki kandungan **kalsium**, *fluoride* serta **multivitamin A, C, E** yang mampu memberantas sisa makanan dan plak pada gigi. *Xylitol* mampu mencegah gigi berlubang, dan kerusakan lapisan permukaan gigi. Kandungan *antibacterial* IPMP yang tersedia pada pasta gigi akan menghindarkan gigi dari bakteri dan segarkan nafas.

Pada masa sekarang bisnis pasta gigi berkembang dengan pesat, tingkat persaingan yang ketat dan konsumen yang semakin selektif dalam memilih produk yang cocok, menjadi tuntutan perusahaan untuk lebih mementingkan faktor kebutuhan konsumen sebagai pencapaian terbaik perusahaan atau disebut dalam istilah yaitu perusahaan **berwawasan** konsumen.

Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam upaya memenangkan persaingan, yaitu membangun hubungan dengan pelanggan, guna mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Menurut (Keller, 2009).

“kunci pemasaran adalah mengembangkan hubungan yang dalam dan bertahan lama dengan orang atau organisasi yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kesuksesan aktivitas pemasaran”.

Hal-hal yang diperlukan dalam nilai pelanggan & kepuasan menurut (Hami, Suharyono, & Hidayat, 2016)

Dimensi nilai pelanggan terdapat 4 aspek utama yaitu :

1. *Emotional Value* (Nilai Emosional)

Merupakan kemampuan yang berkaitan dengan kesan perasaan atau emosiional yang diakibatkan oleh penggunaan produk.

2. *Social Value* (Nilai Sosial)

Merupakan kemampuan yang suatu produk yang berkaitan dengan kemampuannya dalam meningkatkan kesosialan yang baik dalam masyarakat.

3. *Performance Value* (Nilai Kualitas)

Kemampuan suatu produk yang dinilai memiliki kinerja dan fungsi yang bagus.

4. *Price Value* (Nilai Harga)

Merupakan kemampuan suatu produk yang diperoleh dari harga yang terkesan memiliki efisiensi harga.

Dimensi kepuasan pelanggan menurut (Adisaputro, 2010)

1. Memonitor dan menganalisis penyebab untuk mengukur kepuasan pelanggan yang tidak lagi membeli pada perusahaan.
2. Menemui pelanggan yang berhenti membeli dari kita atau berubah membeli *brand* pesaing

3. Membentuk pembeli bayangan untuk berperan sebagai pembeli potensial produk pesaing dan melaporkan baik kekuatan maupun kelemahan produk kita maupun produk pesaing

Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif (Keller, 2009),

Nilai pelanggan perbandingan antara setiap keuntungan yang didapatkan oleh pelanggan dengan biaya pengorbanan yang dibebankan. Artinya nilai bukan berarti hanya manfaat fungsional dari sebuah alat akan tetapi keseluruhan rangkaian dari proses penyampaian kepada pelanggan sampai pelayanan setelah penjualan merupakan nilai yang dapat dinikmati oleh pelanggan (Hami et al., 2016).

Secara umum masyarakat desa grati berekonomi sedang, karena disini kebanyakan bekerja di bidang pertanian, wiraswasta, peternak. Pada masa sekarang bisnis berkembang dengan pesat, hal tersebut disebabkan oleh gaya hidup masyarakat yang konsumtif dan di dukung oleh perkembangan teknologi

informasi. Pasta gigi Pepsodent adalah salah satu merek produk pasta gigi yang diproduksi oleh PT Unilever. Segmentasi yang dibidik oleh PT Unilever untuk produk Pepsodent adalah masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah. Desa Grati yang berada pada tingkat ekonomi yang sedang, menjadi potensial pasar bagi pasta gigi Pepsodent, mengingat kesesuaian karakteristik segmentasi yang sama. Kecenderungan inilah yang menjadikan masyarakat Grati menjadikan pasta gigi Pepsodent sebagai alternatif pilihan, karena memiliki harga yang murah dan kualitas yang tak kalah dengan brand pesaing

Kondisi masyarakat dengan tingkat penghasilan menengah ke bawah ini, menjadi faktor ketertarikan peneliti untuk meneliti tentang perilaku konsumen terhadap pasta gigi Pepsodent dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh nilai pelanggan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Pepsodent, sehingga dengan promosi yang kurang dapat bertahan sampai sekarang.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA PEPSODENT (STUDI KASUS DI DESA GRATI KECAMATAN SUMBERSUKO KABUPATEN LUMAJANG)”

### **3.1 Batasan Masalah**

Batasan masalah penelitian ini antara lain :

1. Penelitian yang dilakukan dibatasi hanya berkaitan dengan pengaruh nilai pelanggan dan kepuasan terhadap loyalitas pembelian pasta gigi pepsodent
2. Lokasi penelitian berada di toko kelontong masyarakat desa grati kecamatan sumbesuko kabupaten lumajang

## **2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pasta gigi Pepsodent?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pasta gigi Pepsodent?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan variabel nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ?

## **3.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk membuktikan nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk membuktikan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

#### **2.4 KEGUNAAN PENELITIAN**

Adanya penelitian ini diharapkan hasilnya dapat membawa kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Perusahaan

Hasil dari penelitian ini akan memberi masukan untuk perusahaan tentang faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Faktor yang mempunyai pengaruh signifikan dapat menjadi bahan acuan bagi perusahaan untuk menentukan strateginya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan pengetahuan juga sebagai pembanding bagi penelitian terdahulu dan informasi pendahuluan untuk penelitian mendatang. Serta dapat mengimplikasikan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan di Program Studi Manajemen STIE Widya Gama Lumajang serta sebagai salah satu syarat serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di STIE Widya Gama Lumajang

### 3. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dan pihak lain dari segi pengetahuan dan dapat menjadi gambaran serta tambahan pertimbangan bagi konsumen tentang hal yang perlu diperhatikan sebelum mereka membeli suatu produk. Dengan begitu diharapkan konsumen menjadi lebih cerdas dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

### 4. Bagi Peneliti Lain

Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan penulis mengenai pengaruh nilai pelanggan dan kepuasan dan loyalitas pelanggan khususnya pada pasta gigi Pepsodent. Kemudian dapat dijadikan referensi dan dasar pelaksanaan penelitian pada bidang yang sama di masa yang akan datang.