BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring pesatnya perkembangan ekonomi di Indonesia mendorong terjadinya persaingan diantara pelaku usaha, terutama di industri farmasi dan alat kesehatan dimana banyak sekali pelaku usaha yang berkecimpung di industri ini. Karena semakin sadarnya masyarakat Indonesia tentang pentingnya menjaga kesehatan menjadi peluang yang sangat bagus sehingga pabrikan farmasi dan alat kesehatan berlomba – lomba meluncurkan inovasi produk – produk kesehatan untuk bisa menarik para konsumen. Rumah sakit, apotik, dan laboratorium menjadi salah satu sasaran pasar untuk produk – produk tersebut, terutama diwilayah Jakarta. Jakarta merupakan ibu kota Indonesia dan pusat ekonomi yang sudah sejak lama menjadi daya tarik bagi orang – orang dari daerah lain untuk merubah nasib dengan bekerja di Jakarta. Kegiatan ekonomi yang sangat dinamis dan ditambah kemacetan yang sering terjadi sehingga masyarakat dituntut untuk bisa menjaga stamina dan kondisi kesehatan tubuh agar rutinitas sehari – hari tidak terganggu, sehingga menjadi pasar sasaran bagi pelaku bisnis farmasi dan alat kesehatan. Dengan banyaknya permintaan yang menuntut kecepatan dan ketepatan dalam pendistribusian obat dan alat kesehatan menjadikan perusahaan farmasi dan alat kesehatan bekerjasama dengan perusahaan distribusi nasioal untuk pendistribusian obat dan alat kesehatan kekonsumen yaitu rumah sakit, apotik, dan laboratorium sehingga perusahaan farmasi dan alat kesehatan lebih

fokus pada pemasarannya. Salah satu perusahaan distribusi nasional adalah PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk merupakan perusahaan distribusi yang mempunyai 43 cabang diseluruh Indonesia, saat ini perusahaan menjadi distributor tunggal untuk produk – produk dari PT. Kalbe Farma, PT. Sakafarma, PT. Dankos, PT. Interbat, dan Biomeurix Indonesia. Dengan jumlah cabang yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk menjadi salah satu perusahaan distribusi obat dan alat kesehatan terbesar.

Daftar nama peusahaan nasional distribusi obat dan alat kesehatan di Indonesia :

Tabel 1.1 Perusahaan Distributor Farmasi

No.	Nama Pedagang Besar Farmasi
1.	PT. Anugrah Pharmindo Lestari (APL)
2.	PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk (EPM)
3.	PT. Anugerah Argon Medica (AAM)
4.	PT. Parit Padang Global (PPG)
5.	PT. Bina San Prima (BSP)
6.	PT. Mensa BinaSukses (MBS)
7.	PT. Tempo (Tempo)
8.	PT. Antar Mitra Sembada (AMS)
9.	PT. Melinium Pharmacon International, Tbk (MPI)
10.	PT. Penta Valent (Penta)
11.	PT. Merapi Utama Pharma (MUP)

Sumber : ikatanapotekerindonesia.net

Banyak perusahaan distribusi obat dan alat kesehatan di Indonesia terutama di Jakarta sehingga menimbulkan kompetisi didalam menarik konsumen. Pemasaran efektif dalam penerapannya bukan hanya bagaimana meningkatkan volume penjualan tetapi juga mengamati tingkah laku konsumen serta memenuhi keinginanan konsumen melalui usaha perbaikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

Dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, sering kali perusahaan dihadapkan pada berbagai masalah, seperti kesulitan di dalam meningkatkan volume penjualan, adanya persaingan yang ketat dari perusahaan sejenis, semakin kompleknya perilaku konsumen terhadap suatu produk dan pelayanan, serta kondisi ekonomi yang kurang menentu. PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk cabang Jakarta 2 selaku anak cabang yang memiliki wilayah distribusi dari Jakarta Barat, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, dan Tangerang Selatan tidak terlepas dari persaingan dengan perusahaan dsitribusi lainnya.

Jumlah outlet PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk cabang Jakarta 2

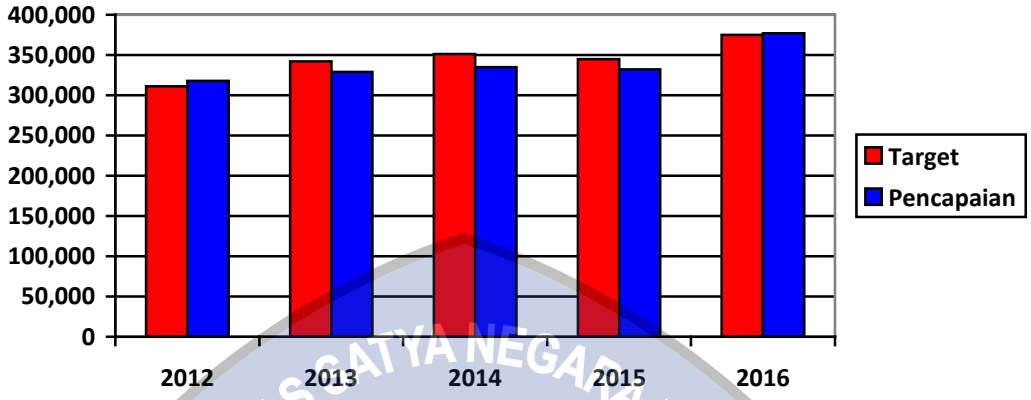
Tabel 1.2 Jumlah Outlet

Channel	Jumlah
Rumah Sakit Swasta dan Pemerintah	35
Apotik	165
Laboratorium	13

Sumber : Data outlet Enseval cabang Jakarta 2

Note : Jumlah outlet yang aktif bertransaksi

Laporan penjualan netto PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk cabang Jakarta 2 tahun 2012 sampai 2016 :



Gambar 1.1 Laporan Penjualan

Sumber : Arsip PT. Enseval cabang Jakarta 2

Tabel 1.3 Laporan Penjualan

Tahun	Target	Pencapaian
2012	311.000	318.000
2013	342.000	329.000
2014	351.000	335.000
2015	345.000	332.000
2016	375.000	377.000

Sumber : Arsip PT. Enseval cabang Jakarta 2

Dari grafik dan tabel diatas dapat dilihat penjualan PT Enseval Putera Megatrading, Tbk mengalami peningkatan ditahun 2012 dan 2016. Namun, terjadi

penurunan penjualan ditahun 2013, 2014, dan 2105. Banyaknya pesaing yang mempunyai strategi dengan memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk memenuhi keinginan konsumen, sehingga membuat PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk cabang Jakarta 2 harus menemukan strategi yang tepat untuk memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen, dengan memberikan kualitas pelayanan dan kulitas produk yang baik kepuasan konsumen akan timbul dan loyalitas konsumen akan terbetuk. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono & Chandra (2012:180), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:230) mendefinisikan kualitas produk adalah karateristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Menurut Oliver (1996:392), (Dalam Ratih Hurriyati, 2010:128-129) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha – usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Dalam penelitian sebelumnya yang terkait dengan loyalitas pelanggan telah banyak dilakukan, namun dari penelitian – penelitian itu masih banyak yang menunjukan hasil yang berbeda – beda. Salah satunya penelitian yang dilakukan

oleh Luqman Bayuningrat, Handoyo, dan Widayanto pada tahun 2013 yang berjudul *"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Transportasi Taksi New Atlas Kota Semarang"* menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dedi Setiawan dan Erni Masduqi tahun 2015 yang berjudul *"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok, Tesis Program Megister Manajemen Universitas Negeri Padang"* menunjukan bahwa dari kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Sedangkan menurut Suhaji dan Haris Sunandar pada tahun 2013 yang berjudul *"Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Flexi Di Kota Semarang Dengan Intervening Kepuasan Pelanggan"* menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sedangkan kualitas layanan dan harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penjelasan diatas masih adanya perbedaan hasil penelitian sebelumya maka penelitian selanjutnya masih diperlukan penelitian, maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IMPLIKASI LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus di PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk Cabang Jakarta 2)".

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan ?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan ?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan ?
6. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan ?
7. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

d. Untuk mengetahui penagaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

e. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

f. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

g. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Peneliti

Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi pada Universitas Satya Negara Indonesia.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk Cabang Jakarta 2 untuk dapat mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan melengkapi penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA