

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Dalam menghadapi persaingan yang ketat di era globalisasi saat ini, setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk dapat memasarkan produk yang dihasilkan, orientasi dunia pemasaran telah mengalami perubahan dari *profit orientied* kepada *satisfied orientied*. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai suatu tujuan dari sebuah perusahaan. Setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan adalah bahwa perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diinginkan oleh konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi perhatian yang utama bagi kebanyakan perusahaan. Jika kinerja produk lebih rendah dari pada harapan, pelanggan akan kecewa, jika ternyata sesuai harapan, maka pelanggan akan puas, jika melebihi harapan, pembeli akan sangat puas. Perasaan-perasaan itu akan membuat apakah pembeli akan membeli produk tersebut dan akan membicarakan hal-hal yang menguntungkan tentang produk tersebut dengan orang lain. Rasa puas atau tidak puas pada produk Herbalife merupakan penilaian penting bagi perusahaan Herbalife karena sebagai bahan evaluasi terhadap kinerja dan kualitas produk Herbalife yang

dirasakan oleh konsumen, sehingga konsumen akan berlangganan pada produk Herbalife.

Kepuasan konsumen mempunyai konsep penting dalam konsep pemasaran. Melihat tingginya tingkat kepentingan pada pemasaran, kepuasan telah menjadi subyek dari beberapa penelitian pelanggan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen yang sebenarnya.

Kepuasan konsumen merupakan suatu evaluasi paska pembelian yaitu dengan membandingkan harapan konsumen dengan kenyataan yang diterimanya. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam Purnamasari (2015) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Fenomena ketidakpuasan konsumen, dapat timbul karena adanya proses evaluasi terhadap harga dan kualitas produk Herbalife yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Rasa puas yang dirasakan oleh konsumen pada produk Herbalife merupakan suatu hal yang penting bagi konsumen, karena kepuasaan konsumen adalah keinginan atau harapan konsumen dalam merasakan, menilai dan mengkonsumsi produk Herbalife. Hasil penelitian Purnamasari (2015) bahwa kepuasaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk dan Harga. Herbalife memastikan kepuasan bagi konsumennya dimana Herbalife menyakinkan bahwa konsumen akan terus mendapatkan dukungan yang konsumen butuhkan, untuk itu herbalife mendukung akses disetiap langkah

konsumennya pada saat membutuhkan nutrisi yang dibutuhkan oleh konsumen.

Banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, misalnya dengan memperhatikan faktor harga, pada umumnya konsumen atau pelanggan cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah, akan tetapi produk yang dihasilkan tidak mempunyai kualitas yang baik. Sedangkan harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting bagi pelanggan untuk membeli produk pada suatu perusahaan. Harga sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen apabila produk yg dikeluarkan memiliki harga yang tinggi konsumen akan berfikir untuk mempertimbangkan pembelian pada produk tersebut.

Menurut (Bny,2009) Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menurut Purnamasari (2015:3) harga bagi konsumen merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Misalkan pada produk Herbalife.

Herbalife menawarkan harga yang relatif lebih mahal dibandingkan dengan produk pesaingnya, akan tetapi manfaat yang dihasilkan oleh produk Herbalife terbukti dirasakan oleh konsumennya, selain manfaat

kesehatan, melangsingkan tubuh, kecantikan, tubuh yang prima dan terhindar dari berbagai macam penyakit, sehingga harga yang dikeluarkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian produk Herbalife sesuai dengan kualitas produk Herbalife yang sudah terbukti manfaat dan khasiatnya tersebut. Konsumen yang berlangganan mengkonsumsi produk Herbalife akan di bimbing langsung di gerai Herbalife yang ada di Benjeng dalam penurunan berat badan, pengemukan badan, dan konsultasi kesehatan, sehingga konsumen bisa sukses dalam melakukan program yang diberikan oleh Herbalife dan merasakan kualitas produk Herbalife.

Fenomena ketidakpuasan konsumen terhadap harga, karena harga merupakan pertimbangan bagi konsumen dalam mengeluarkan biaya untuk membeli produk Herbalife, konsumen akan mempertimbangkan apakah mau berlangganan atau tidak pada produk Herbalife yang relatif mahal. Hasil penelitian Setyo (2017) bahwa harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan kajian dari masalah-masalah yang menjadi pertimbangan konsumen atas kepuasan dalam pembelian produk herbalife, maka ada beberapa harga seperti yang disajikan pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Harga Produk Herbalife**  
**Di Gerai Benjeng Gresik Oktober 2018**

NO	NAMA PRODUK	HARGA	KETERANGAN
1	Nutritional Shake Mix (formula 1)	Rp.440.000	Rasa coklat, vanilla, stawberi. Isi 550gr
2	Personalized Protein Powder (formula 2)	Rp.433.000	Isi 240 gr
3	Niterworks	Rp.682.000	Isi 150 gr
4	Fiber & Herbs tablets	Rp.173.000	Isi 180 tablets
5	Mixed fiber	Rp.381.000	Isi 250 gr
6	Cell -U-loss tablets	Rp.259.000	Isi 90 tablets
7	H.T.C Pomegranate	Rp.565.000	Isi 90 tablets
8	N.R.G Instant TEA	Rp.287.000	Isi 60 gr
9	Thermojetic	Rp.426.000	Isi 473 ml
10	Herbal Aloe Concentare	Rp.426.000	Isi 473 ml
11	Tri-Shield Softgles	Rp.731.000	Isi 30 softgles
12	Herbalifeline Softgles	Rp.534.000	Isi 90 softgles

Sumber: survey langsung pada gerai rumah sehat Herbalife.

Selain masalah harga yang menjadi pertimbangan konsumen maka alternative lain yaitu masalah kualitas produk. Kualitas produk sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu bisnis. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal atau relatif terjangkau dengan kualitas barang yang baik.

Kualitas produk Herbalife menjadi pembicaraan oleh para konsumen karena kualitas produk menjadi penentu bagi kondisi untuk memutuskan rasa puas atau tidak puas dalam pembelian produk herbalife. Oleh sebab itu konsumen juga semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan akan kehilangan pelanggan potensialnya (Weenas, 2013:608), lebih lanjut Weenas (2013:608), kualitas produk merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, permasalahan kualitas produk perlu ditinjau dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen. Sedangkan

Fenomena ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas produk karena kualitas produk Herbalife sudah terbukti banyak konsumen yang merasakannya, terbukti dari hasil yang diberikan oleh produk Herbalife, banyak konsumen yang telah sukses pada program penurunan berat badan. Namun fenomena ini tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh perusahaan Herbalife karena konsumen masih belum mengenal dan

mengetahui keberhasilan produk Herbalife, mereka masih ragu-ragu untuk mencoba produk Herbalife. Sehingga konsumen tidak dapat merasakan kepuasan menggunakan produk Herbalife. Hasil penelitian Setyo (2017) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Keberhasilan produk Herbalife yang banyak diminati oleh konsumen adalah berkat program - program Herbalife yang menawarkan penurunan berat badan secara sukses, nutrisi yang tepat bagi tubuh, perawatan diri yang prima, kecantikan tubuh yang dibimbing langsung di gerai Herbalife serta kesempatan mendapatkan keuntungan. Bagi konsumen kualitas produk adalah hal yang penting karena kualitas merupakan faktor penentu keputusan konsumen dalam membeli produk Herbalife.

Selain itu produk Herbalife yang terinspirasi dari alam dirancang untuk memberikan kesehatan seumur hidup dengan mudah, serta ada kesempatan bagi pelanggan untuk mendapatkan pekerjaan atau pendapatan dan juga peluang ide bisnis yang menjanjikan dimana pelanggan pun bisa membuka rumah sehat sendiri.

Dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbalife( Studi Pada Rumah Sehat Herbalife Di Benjeng Gresik Selatan)".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berikut latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka perumusan masalah-masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah sehat Herbalife di Benjeng Gresik Selatan ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah sehat Herbalife di Benjeng Gresik Selatan ?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada rumah sehat Herbalife di Benjeng Gresik Selatan ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis dan menguji Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah sehat Herbalife di Benjeng Gresik Selatan.
2. Untuk menganalisis dan menguji kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah sehat Herbalife di Benjeng Gresik Selatan.
3. Untuk menganalisis dan menguji harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah sehat Herbalife di Benjeng Gresik Selatan.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi: Bagi perusahaan

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan tambahan wawasan tentang teori harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen, dan sebagai pengetahuan untuk peneliti dalam pengembangan ilmu di dunia kerja.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dalam bentuk informasi kepada pihak perusahaan mengenai betapa pentingnya kepuasan konsumen yang terkait dalam masalah harga dan kualitas produk demi kemajuan usaha perusahaan.

- b. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Sebagai salah satu hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi peneliti atau pihak lain yang memiliki keterkaitan meneliti di bidang yang sama.

- c. Bagi Peneliti Lain

Sebagai Sebagai bahan referensi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang mungkin tertarik untuk mengadakan penelitian pada bidang atau perusahaan yang sama di masa yang akan datang.

**HALAMAN DIKOSONGKAN**