

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Kesehatan merupakan faktor penting yang harus dibangun oleh setiap negara. Indonesia bahkan menetapkan kesehatan sebagai hak azasi manusia seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 8 yang berbunyi “Setiap penduduk berhak atas pelayanan kesehatan”. Rumah sakit adalah bagian yang sangat penting dari suatu sistem kesehatan. Rumah sakit menjadi hal utama yang berfungsi sebagai pusat rujukan. Rumah sakit dapat menjadi unit pelaksana pemerintah dalam memberikan pelayanan publik ataupun sebagai institusi pelayanan swasta. Di Indonesia, sebagian besar rumah sakit dimiliki dan diselenggarakan oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Keberadaan sebuah rumah sakit baik swasta maupun milik pemerintah sangat dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga rumah sakit di dalam melayani kesehatan harus memberikan pelayanan yang terbaik terhadap masyarakat.

Sebagai perwujudan dari perlindungan hak dasar, negara bertanggung jawab atas penyediaan fasilitas layanan kesehatan yang layak termasuk ketersediaan obat. Tanggung jawab yang diamanatkan oleh konstitusi tersebut dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan. Pada pasal 36 UU disebutkan bahwa pemerintah menjamin ketersediaan, pemerataan dan keterjangkauan perbekalan kesehatan. Ketersediaan perbekalan kesehatan ini dilakukan melalui kegiatan pengadaan alat kesehatan dan obat-obatan. Apabila dilihat dari segi kebutuhan akan fasilitas alat kesehatan di Indonesia semakin meningkat. Institusi kesehatan terus membutuhkan peralatan dan perlengkapan kesehatan terkini untuk melengkapi kebutuhan akan alat-alat kesehatan, sehingga diperlukan pasokan alat kesehatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan akan keberagaman peralatan kesehatan. Penyediaan alat kesehatan di Indonesia menjadi salah satu bisnis yang diperhatikan karena dapat menjanjikan keuntungan yang besar bagi para pelakunya. Alat-alat kesehatan sangat dibutuhkan oleh rumah sakit, puskesmas ataupun para penjual alat

kesehatan dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Seiring dengan berjalannya waktu, jumlah penjual alat kesehatan yang ada terus bertambah. Melihat begitu luasnya pangsa pasar alat-alat kesehatan ini, maka perusahaan alat-alat kesehatan memerlukan distributor. Dalam menjalankan usahanya, distributor tidak terlepas dari peranan *suplier* sehingga diperlukan kerjasama yang baik antara distributor dengan *suplier* serta para pelanggannya.

Melihat banyaknya *supplier* alat-alat kesehatan di Jakarta yang terus bermunculan menyebabkan perusahaan harus berusaha untuk memimpin perusahaan mereka agar dapat mempertahankan pelanggan dengan baik di pasaran. Para pengusaha saat inipun berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan dalam bidangnya. Hal itu memacu para pelaku usaha khususnya di alat-alat kesehatan untuk menetapkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya untuk menjaga kelangsungan perusahaan tersebut. Para *supplier* alat-alat kesehatan berkompetisi untuk mempertahankan setiap pelanggannya agar tidak mudah pindah ke perusahaan pesaing sejenis, maka dari itu perusahaan berlomba untuk dapat memuaskan pelayanan, kualitas produk, dan bersaing dari segi harga agar pelanggan tetap membeli produk di PT. Quantum Inti Akurasi.

**Tabel 1.1** Daftar *suplier* alat-alat kesehatan di Jakarta berdasarkan rating

No.	Perusahaan	Rating
1.	PT. Cipta Karunia Mandiri	5.00
2.	Sakura Medical Dental laboratorium& Chemical	4.9
3.	PT.Inti Medika Sarana Pusat alat kesehatan	4.9
4.	PT. Quantum Inti Akurasi	4.5
5.	CV. Central Jakarta Raya	4.3
6.	Sam Medical Pusat Alat kesehatan	4.00
7.	CV.Central Jakarta Raya	4.00
8.	Central Medical Devices	4.00
9.	Advance	3.8
10.	Genesis – Alat kesehatan	3.5

Sumber : [www.klikalamat.com](http://www.klikalamat.com)

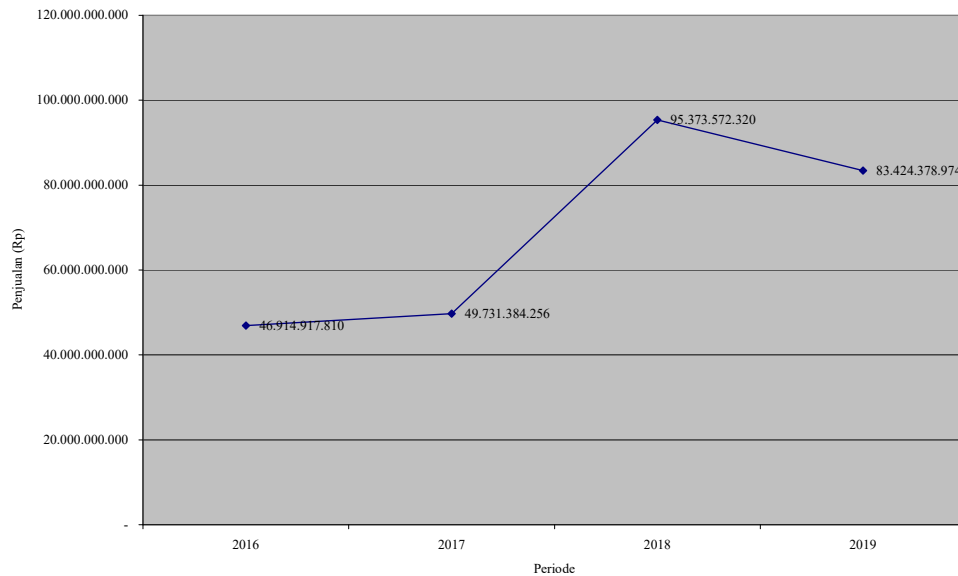
Berdasarkan Tabel 1.1 di atas terlihat bahwa terdapat beberapa daftar *supplier* alat-alat kesehatan di Jakarta berdasarkan ratingnya. Pada rating paling tinggi diduduki oleh PT. Cipta Karunia Mandiri dan peringkat keempat diduduki oleh PT. Quantum Inti Akurasi. PT Quantum Inti Akurasi adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan dan kalibrasi alat-alat. Sejak

tahun 2003, PT Quantum Inti Akurasi (QIA) khusus memasok alat-alat dan kalibrasi Biomed, Radiologi, dan Industri. Dimana saat ini PT Quantum Inti Akurasi menjadi Distributor tunggal dari berbagai macam merek alat dan kalibrasi terkemuka seperti merk Fluke Biomedical (USA), Unfors RaySafe (Swedia), Leeds Test Object (UK), Shielding International (USA), Andilog (Perancis), Larson Davis (USA), Sun Nuclear (USA) dan juga tentunya mendapatkan berbagai macam penghargaan baik dari dalam negeri maupun internasional. Banyak juga pekerjaan atau kerjasama yang dilakukan oleh PT Quantum Inti Akurasi dengan institusi pemerintahan dan juga dengan perusahaan – perusahaan swasta terkemuka lainnya. Selanjutnya Motto dari PT Quantum Inti Akurasi adalah *Support Your Quality System*. Dimana motto ini mengindikasikan bahwa perusahaan ini berupaya menyediakan atau mendukung rekanan atau konsumen untuk mendukung sistem yang berkualitas bagi mereka.

Banyaknya pelaku usaha yang terjun dalam bidang alat ukur kesehatan tentunya menjadikan persaingan semakin kuat dan ketat, para pelaku usaha harus memikirkan strategi-strategi khusus untuk dapat menjalankan bisnis dan menarik pelanggan baru. Banyak sekali cara yang dapat digunakan untuk dapat menarik pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan yang sudah ada, namun setiap perusahaan manufaktur atau jasa harus berorientasi kepada kepuasan pelanggan, dengan begitu perusahaan dapat bertahan didalam persaingan yang dewasa ini. Kepuasan menurut Kotler dan Amstrong (2015:25) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Menurut Irawan (2016:37), faktor -faktor yang pendorong kepuasan pelanggan adalah kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik kemudian harga, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Kemudian kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru, kualitas pelayanan merupakan pengendali yang mempunyai banyak indikator.

Terkait Tabel 1.1 mengenai PT. Quantum Inti Akurasi yang berada pada posisi keempat, penulis mencoba mengumpulkan data-data yang dapat dijadikan

bahan untuk diteliti lebih lanjut. Berikut ini adalah data penjualan PT. Quantum Inti Akurasi tahun 2016-2019 yang dapat dilihat pada Gambar 1.1 :



Sumber : PT. Quantum Inti Akurasi (2020)

**Gambar 1.1** Data Hasil Penjualan Produk Kesehatan PT. Quantum Inti Akurasi Tahun 2016-2019

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dapat diketahui bahwa hasil penjualan alat-alat ukur kesehatan di PT. Quantum Inti Akurasi pada tahun 2016 dengan total sebesar Rp 46.914.917.810 pada tahun 2017 mengalami kenaikan hasil penjualan sebesar Rp 2.816.466.446 (6%) menjadi Rp 49.731.384.256 sedangkan pada tahun 2018 menjadi Rp 95.373.572.320 naik sebesar Rp 45.642.188.064 (91,78%) dikarenakan tahun 2019 dengan data sampai Desember 2019 diperoleh hasil sebesar Rp 83.424.378.974 atau turun -12,53% (Rp 11.949.193.346) dari tahun 2018. Penjualan alat-alat ukur kesehatan pada PT. Quantum Inti Akurasi selama tahun berjalan 2019 mengalami fluktuatif kenaikan dan penurunan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2015:283) dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan harus dapat memenuhi selera pelanggan yang berubah-ubah, untuk itu penting sekali untuk menjaga kepuasan pelanggannya. Pelanggan yang merasa puas akan membawa dampak baik bagi perusahaan, karena dengan perasaan puas seorang pelanggan, pelanggan

tersebut tentu saja akan menyebarkan berita baik mengenai pengalaman menyenangkannya selain itu pelanggan yang puas juga akan menjalin hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Berikut adalah data mengenai jumlah pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi, selama tahun 2016 sampai dengan 2019:

**Tabel 1.2** Jumlah Pelanggan PT. Quantum Inti Akurasi Tahun 2018-2019

Periode	Jumlah Pelanggan	Kenaikan / Penurunan	
<b>2016</b>	950		
<b>2017</b>	1.002	52	5,47%
<b>2018</b>	1.008	6	0,60%
<b>2019</b>	1.020	12	1,19%

*Sumber : PT.Quantum Inti Akurasi (2020)*

Berdasarkan data di atas menunjukkan jumlah pelanggan PT. Quantum Inti Akurasi selama periode 2016 sampai 2019 mengalami kenaikan dari 950 pelanggan di tahun 2016 menjadi 1020 pelanggan di tahun 2019. Hal ini mengindikasikan adanya kepuasan dan loyalitas pelanggan atas produk alat-alat ukur kesehatan yang di jual oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2016:150) ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu pemenuhan harapan. Pelanggan dapat dikatakan puas dengan produk maupun pelayanan yang berikan apabila harapan pelanggan akan produk atau pelayanan yang berikan tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka. Kepuasan pelanggan diukur dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan keseluruhan pengalaman dengan perusahaan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan dapat diukur dengan tingkatannya berdasarkan keseluruhan pengalaman yang dirasakan para pelanggan PT. Quantum Inti Akurasi. Menyangkut kepuasan pelanggan, terdapat penurunan kualitas pelayanan dan ketidakpuasan pelanggan yang dapat berdampak pada kelangsungan usaha PT. Quantum Inti Akurasi.

Adapun beberapa cara yang dapat digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, menurut Kotler dan Keller (2016:140) ada empat metode yang banyak digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu dengan cara sistem

keluhan dan saran, memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka, media yang digunakan bisa berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, website dan lain-lain. Kemudian *ghost shopping*, salah satu metode untuk mengetahui gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa *ghost shopper* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Adapun *lost customer analysis*, perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya. Terakhir adalah survei kepuasan pelanggan, umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survey maupun wawancara secara langsung. PT. Quantum Inti Akurasi juga melakukan pengukuran untuk mengetahui kepuasan pelanggannya melalui sistem keluhan dan saran.

Pada dasarnya, berbagai keluhan yang disampaikan oleh pelanggan merupakan bentuk kekecewaan pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi, untuk itu perusahaan perlu berusaha untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya karena dengan rasa puas tentu saja pelanggan akan membeli ulang sebuah produk. Pelanggan merupakan hal penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk meningkatkan pendapatan. Sebagai pelanggan, tentu kita pernah memiliki kebutuhan khusus atau masalah saat terjadi transaksi jual beli produk.

Fenomena yang terjadi pada kualitas produk alat-alat ukur kesehatan menunjukkan keunggulan dan kelemahan pada produk tersebut, dimana keunggulan tersebut yaitu tahan lama dan garansi pada produk yang dijual, selain itu kelemahan yang ada yaitu masih adanya beberapa produk yang belum di upgrade (perbaharui), sedangkan faktor lainnya yaitu layanan purna jual menunjukkan fenomena atau diidentifikasi masalah dimana layanan yang slow respon, membutuhkan proses yang lama jika ada kerusakan dan sering terjadinya keluhan-keluhan dari pelanggan berkaitan dengan apa yang dirasakan dan diterima tidak seperti yang diharapkan, sehingga kepuasan tidak dapat diterima dengan baik. Sebagai contoh beberapa pelanggan mengeluh terkait dengan keterlambatan pengiriman produk. Produk yang dikirim tidak sesuai dengan

spesifikasi alat yang telah ditentukan serta ada beberapa spare part yang dikenakan biaya apabila ada perbaikan. Selain itu tidak lengkapnya produk yang dikirim ke pelanggan atau material yang tidak sesuai dengan pesanan pelanggan dan beberapa keluhan lainnya terkait dengan kualitas produk dan layanan purna jual.

Melihat hal tersebut di atas mengenai kepuasan dan loyalitas pelanggan menunjukkan adanya beberapa pelanggan yang merasakan puas dan loyal atas produk yang dijual oleh perusahaan dimana terkait dengan teknologi yang terdepan dan selalu update dengan produk-produk atau jenis tipe terbaru, sedangkan yang tidak puas umumnya terkait dengan teknisi atau perbaikan apabila adanya kerusakan. Oleh karena itu perusahaan berusaha melakukan pembenahan dalam memberikan layanan Purna jual *services* terhadap pelanggan dilakukan dalam rangka penciptaan nilai sehingga dapat memenuhi kepuasan pelanggan dan disertai dengan upaya efisiensi dalam sebuah proses dan secara otomatis akan menghasilkan keuntungan. Sehingga diperlukan pemahaman yang baik akan konsep kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis.

Pelayanan purna jual atau yang sehari-hari dikenal dengan istilah purna jual *service* merupakan salah satu bentuk kewajiban dan tanggung jawab produsen atau pelaku usaha di dalam memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dan menjamin kualitas barang yang telah dijualnya. Layanan purna jual merupakan suatu bentuk perlindungan bagi konsumen apabila ternyata performansi produk yang dibelinya tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan. Pelayanan purna jual sendiri adalah pelayanan yang diberikan oleh *prinsipal* kepada konsumen terhadap barang yang dijual dalam hal daya tahan dan kehandalan operasional.

Menurut Kotler dan Keller (2016:42), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan pelayanan sangat berpengaruh terhadap perusahaan apalagi perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan produk oleh karena itu dealer mempunyai

kewajiban untuk memberikan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan agar pelanggan menjadi loyal. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Kotler (2015:138) menyatakan kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Apabila kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas, jika kinerja sampai melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas (*delighted*). Kotler (2015:140) menyatakan faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa adalah jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa yang baik dalam hal ini kualitas produk dan layanan purna jual dapat menimbulkan kepuasan untuk pelanggan sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan menandakan telah terjadinya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan,kepuasan pelanggan sangat bermanfaat terhadap jangka panjang yaitu loyalitas pelanggan. Jeon (2017:444), menyatakan loyalitas didefinisikan sebagai sikap pelanggan yang menguntungkan penjual, yang menghasilkan pembelian ulang, loyalitas merupakan dampak dari kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Memiliki pelanggan yang loyal sangat menguntungkan bagi perusahaan, mengingat persaingan penjualan yang tinggi, pelanggan yang loyal akan merekomendasikan kepada teman maupun keluarga mereka untuk ikut melakukan pembelian. Memiliki pelanggan yang akan menguntungkan perusahaan dalam hal keuntungan, perusahaan akan mengurangi biaya iklan untuk pelanggan baru dan perusahaan tidak perlu mengkhawatirkan siapa yang akan membeli produknya nanti..

PT. Quantum Inti Akurasi dengan produknya yang dijual tentunya menyadari bahwa PT. Quantum Inti Akurasi bukan satu-satunya perusahaan penjualan produk tersebut yang ada di Indonesia, untuk dapat lebih unggul dari para pesaingnya perusahaan harus menawarkan sesuatu yang berbeda dari pesaingnya, perusahaan mampu memberikan layanan terbaik kepada pelanggan dengan layanan purna jual terbaik. Kualitas produk dan layanan purna jual yang hebat tidak terjadi begitu saja tapi memerlukan waktu, energi dan komitmen yang



nyata yang harus diberikan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan keadaan dimana kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat dipenuhi melalui produk dan jasa yang mereka beli. Kualitas produk dan layanan purna jual memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas pelanggan, kualitas layanan yang baik akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan yang nantinya akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan pada sebuah perusahaan. Perusahaan pada saat ini dituntut untuk semakin meningkatkan kualitas produk dan layanan purna jual, karena semakin meningkatnya pelanggan dan kebutuhannya. Untuk dapat menghadapi kompetisi yang demikian ini maka hendaknya perusahaan memberikan suatu pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pengguna jasa yang memerlukan jasa-jasa perusahaan. Hal ini dimaksudkan untuk memelihara kepercayaan pengguna jasa terhadap dunia industri teknologi. Kepercayaan masyarakat terhadap dunia perusahaan tidak hanya memberikan dampak positif terhadap usaha perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Loyalitas yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Pada PT. Quantum Inti Akurasi”

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka masalah pokok penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi?
2. Apakah layanan purna jual berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi?
4. Apakah layanan purna jual berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi?

5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi?
7. Apakah layanan purna jual berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat :

1. Pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi
2. Pengaruh langsung layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi
3. Pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi
4. Pengaruh langsung layanan purna jual terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi
5. Pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi
6. Pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi.
7. Pengaruh tidak langsung layanan purna jual terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Quantum Inti Akurasi.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya antara lain adalah. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

##### **1. Bagi Ilmu Pengetahuan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi wawasan serta menambah khasanah kepustakaan khususnya di bidang perilaku konsumen. Membantu para peneliti berikutnya untuk menelaah pengaruh kualitas produk dan layanan purna jual dalam pengambilan langkah dan keputusan berbisnis.

##### **2. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini dapat digunakan peneliti sebagai bahan masukan yang membutuhkan informasi yang berkaitan dengan penelitian dan data perusahaan.

##### **3. Bagi Perusahaan**

Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam menjalankan strategi bisnis, yaitu penerapan kualitas produk dan layanan purna jual terhadap kepuasan yang berdampak pada loyalitas pelanggan.