

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi sekarang ini, kondisi persaingan usaha sangat kompetitif. Hal ini menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk membeli produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat perusahaan dituntut untuk semakin memahami keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga konsumen akan lebih kritis dalam membeli produk untuk dikonsumsi. Sekarang ini, banyak apotek yang menjual produk sejenis dan bervariasi tetapi konsumen umumnya lebih memilih produk yang terpercaya untuk melengkapi kebutuhan kesehatan pelanggan tanpa harus khawatir dengan efek yang ditimbulkan dikemudian hari (Saputra, 2018).

Meningkatnya jumlah penduduk Kota Tasikmalaya, maka tuntutan terhadap pentingnya pelayanan kesehatan juga meningkat. Karena itu, hingga saat ini jumlah instansi yang memberikan pelayanan kesehatan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat juga semakin meningkat, baik yang dikelola oleh pemerintah daerah maupun swasta. Bersamaan dengan semakin banyaknya instansi yang memberikan layanan bidang kesehatan seperti rumah sakit, puskesmas dan klinik-klinik kesehatan, maka apotek sebagai tempat penjualan obat juga mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hingga kini, Kota Tasikmalaya telah memiliki banyak opsi apotek yang dapat menjadi pilihan alternatif bagi pelanggan yang hendak membeli obat. Pelanggan tidak perlu berkunjung ke satu apotek saja ketika

ingin mendapatkan obat, melainkan dapat memilih dari beberapa apotek yang diyakini mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Terutama mengingat obat merupakan produk yang sangat penting bagi pelanggan saat mengalami sakit atau karena memiliki resep dokter.

Hingga saat ini, masyarakat yang membutuhkan pelayanan pembelian obat di Kota Tasikmalaya cenderung mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut tentunya tidak terlepas dari perkembangan jumlah penduduk dari tahun ke tahun. Tabel 1.1 memperlihatkan penduduk Kota Tasikmalaya berdasarkan kecamatan selama periode tahun 2020-2022.

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk Kota Tasikmalaya Berdasarkan Kecamatan
Tahun 2020-2022

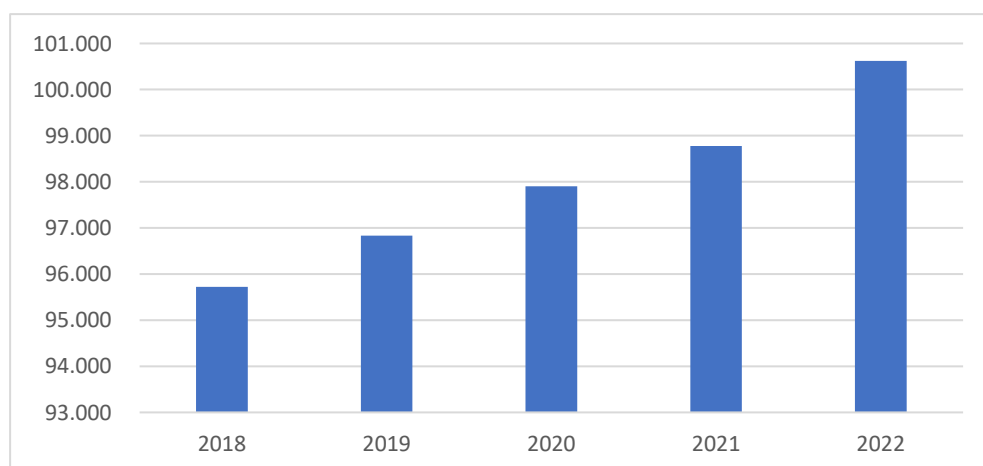
Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)		
	2020	2021	2022
Bungursari	59.976	61.060	62.957
Cibeureum	69.379	70.194	71.974
Cihideung	73.065	72.967	73.991
Cipedes	82.403	82.442	83.753
Indihiang	58.327	58.993	60.332
Kawalu	98.088	99.153	101.289
Mangkubumi	97.901	98.774	100.621
Purbaratu	45.058	45.426	46.261
Tamansari	77.901	79.392	81.310
Tawang	63.463	63.205	64.222
Jumlah	725.561	731.606	746.710

Sumber: BPS Kota Tasikmalaya (2023)

Tabel 1.1 di atas memperlihatkan bahwa jumlah penduduk kota Tasikmalaya mengalami peningkatan selama periode tahun 2020-2022. Jumlah tersebut akan terus mengalami peningkatan pada tahun-tahun yang akan datang. Seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, maka kebutuhan terhadap layanan obat juga akan semakin meningkat. Hal ini merupakan sinyal semakin

pentingnya peran apotek dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Salah satu apotek yang ada di wilayah Kota Tasikmalaya ialah Apotek Carmel Medika yang merupakan perusahaan yang bergerak di industri kesehatan dengan menyediakan fasilitas jasa kesehatan dan administrasi jaminan kesehatan di Indonesia. Saat ini Apotek Carmel Medika beroperasi di Jalan AH Nasution, Cipari, Kec. Mangkubumi, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat. dr. Hendrik selaku owner dari apotek Carmel Medika mengungkapkan bahwa pada tahun 2021-2022 penjualan dari apotek tersebut menurun, hal ini dikarenakan banyaknya pesaing mengakibatkan penjualan selalu menurun. Mohamad Slamet S. Farm, apt, selaku apoteker mengatakan bahwa penurunan yang terjadi akibat berkurangnya jumlah konsumen yang datang ke apotek tersebut ditengah bertambahnya jumlah penduduk yang berada di sekitar apotek. Hal ini dapat terlihat pada data jumlah penduduk yang bertempat tinggal di sekitar apotek Carmel Medika pada Gambar 1.1 dibawah ini.



Sumber: BPS Kota Tasikmalaya, (2023)

Gambar 1.1
Perkembangan Penduduk Kecamatan Mangkubumi

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan jumlah penduduk yang bertempat tinggal di Kecamatan Mangkubumi di daerah sekitar Apotek Carmel Medika dalam 5 tahun terakhir. Dimana terjadi kenaikan jumlah penduduk dari tahun 2018 sampai 2019, yaitu sebesar 95.722 menjadi 98.834 jiwa, dan mengalami kenaikan lagi pada tahun 2020-2021 yaitu sebesar 97.901 dan 98.774 jiwa, pada tahun 2022 penduduk Kecamatan Mangkubumi kembali meningkat menjadi 100.621 jiwa. Namun kenaikan jumlah penduduk tersebut tidak terlalu berdampak pada jumlah konsumen Apotek Carmel Medika yang mengalami fluktuasi dalam setiap tahunnya. Untuk lebih jelasnya berikut data jumlah konsumen pada apotek Carmel Medik periode 2018-2022 yang dapat dilihat pada Tabel 1.2 sebagai berikut:

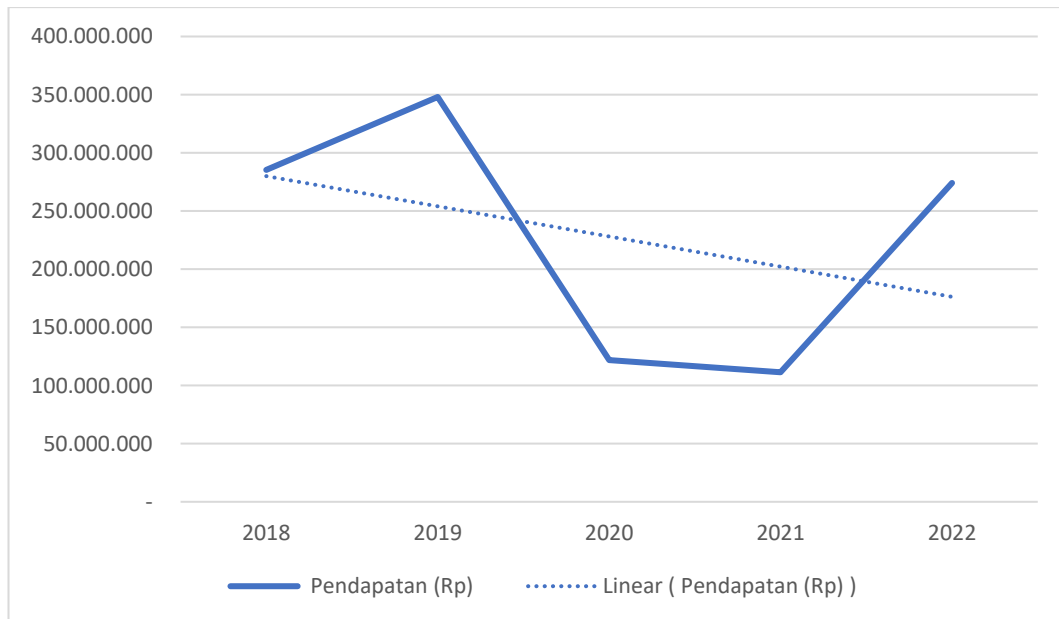
Tabel 1.2
Data Perkembangan Jumlah Konsumen Apotek Carmel Medika

No	Tahun	Jumlah Konsumen (Orang)	Perkembangan (%)
1	2018	5.220	-
2	2019	5.916	13,33
3	2020	3.828	(35,29)
4	2021	3.480	9,09
5	2022	4.176	20,00
Jumlah		22.620	

Sumber: Apotek Carmel Medika (2023)

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan jumlah konsumen yang membeli obat di Apotek Carmel Medika dalam 5 tahun terakhir. Dimana terjadi kenaikan jumlah konsumen dari tahun 2018 sampai 2019, yaitu sebesar 5.220 menjadi 5.916 orang, dan mengalami penurunan pada tahun 2020-2021 yaitu sebesar 3.828 dan 3.480 orang, pada tahun 2022 konsumen Apotek Carmel Medika kembali naik menjadi 4.176 orang. Fluktuasinya jumlah konsumen turut berdampak pada fluktuasinya penjualan produk obat di Apotek Carmel Medika yang dapat dilihat dari Gambar

1.2 sebagai berikut.



Sumber: Apotek Carmel Medika (2023)

Gambar 1.2
Perkembangan Penjualan Produk Obat Apotek Carmel Medika

Berdasarkan Gambar 1.2 dapat dikatakan bahwa dalam 5 tahun terakhir penjualan produk obat apotek Carmel Medika mengalami fluktuasi yang cenderung menurun, dimana pada tahun 2018 total pendapatan apotek dari penjualan obat sebesar Rp. 285.360.000,- dan meningkat di tahun 2019 menjadi Rp. 348.000.000,- lalu pada tahun 2020 kembali menurun menjadi Rp. 121.800.000,- dan penurunan tertinggi terjadi pada tahun 2021 yaitu sebesar Rp. 111.360.000,- namun pada tahun pada tahun 2022, apotek kembali mengalami peningkatan yaitu sebesar Rp. 174.000.000,-. Dengan adanya fluktuasi pendapatan tersebut tentunya harus menjadi perhatian bagi Carmel Medika untuk mempertahankan posisi mereka pada industri jasa kesehatan dan farmasi agar selalu menjadi pilihan konsumennya.

Konsumen cenderung akan membeli obat di apotek yang dianggap menyediakan harga yang cukup terjangkau. Karena itu, apotek yang dapat menjual

obat dengan harga relatif murah bila dibandingkan dengan obat dengan jenis yang sama di apotek lain, akan cenderung diminati oleh konsumen. Konsumen akan terlibat aktif dalam mencari informasi yang akurat tentang harga obat tersebut. Hal ini disebut dengan keterlibatan konsumen (*consumer involvement*). Konsumen yang memiliki keterlibatan tinggi (*high involvement*) cenderung untuk mengevaluasi merek secara lebih detail dan komprehensif. Konsumen yang seperti ini lebih pada pencarian informasi secara detail pada merek yang akan mereka konsumsi dan secara aktif dalam pencarian informasi (Utama dan Purwanto, 2012).

Keterlibatan konsumen dalam bentuk mencari informasi tentang apotek yang sesuai dengan keinginan mereka akan dapat berdampak pada kepuasan dan keputusan pembelian mereka. Semakin tinggi keterlibatan konsumen akan semakin akurat informasi yang mereka peroleh sebagai pertimbangan penting dalam mengambil keputusan pembelian obat. Sebaliknya keterlibatan yang rendah tentunya dapat memberi peluang terjadinya kesalahan dalam keputusan memilih apotek sebagai tempat membeli obat.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Jurnaiti, et.al (2017) yang menyatakan keterlibatan konsumen (*consumer involvement*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan keputusan pembelian konsumen. Semakin tinggi keterlibatan konsumen (*consumer involvement*) semakin tinggi pula kepuasan konsumen semakin tinggi kepuasan konsumen maka berdampak positif pada keinginan membeli ulang yang tinggi. Begitu juga hasil penelitian Rahayu (2017) yang mengungkapkan variabel *Cunsomer Involvement* merupakan variabel moderasi dalam hubungan antara *e-WOM* dengan *purchase intention*. Hal ini berarti

pengaruh *e-WOM* terhadap *purchase intention* hanya efektif jika keterlibatan konsumen cukup tinggi dalam proses pembelian.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan keputusan konsumen membeli obat pada apotek adalah kredibilitas sumber informasi. Sumber informasi bagi konsumen merupakan salah satu upaya untuk mencari informasi yang terkait dengan alternatif-alternatif pemenuhan kebutuhan. Mowen dan Minor (2018: 150) mengemukakan bahwa semakin besar risiko yang dirasakan konsumen yang terkait dengan suatu produk, maka probabilitas konsumen untuk terlibat dalam pencarian informasi yang ekstensif juga semakin besar. Setelah memperoleh sejumlah alternatif yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan terlibat dalam suatu kegiatan evaluasi atas alternatif-alternatif yang ada. Hasil evaluasi atas alternatif tersebut nantinya akan membentuk suatu perilaku aktual konsumen atas suatu produk.

Konsumen yang telah memperoleh alternatif-alternatif pemenuhan kebutuhan, maka konsumen akan melakukan evaluasi atas alternatif-alternatif tersebut untuk menentukan pilihan akhir. Evaluasi ini biasanya melibatkan sejumlah atribut untuk membandingkan setiap alternatif. Adapun untuk alternatif yang diperoleh melalui karakteristik sumber informasi dalam bentuk kredibilitas sumber informasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam mengevaluasi alternatif yang dimiliki. Sumber informasi yang kredibel dan menarik lebih memberikan pengaruh terhadap opini konsumen atas suatu produk (Kahle dan Homer, 2015: 107).

Uraian tersebut sejalan dengan hasil penelitian Journaiti, et.al (2017) yang membuktikan kredibilitas sumber informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan keputusan pembelian ulang konsumen. Semakin baik kredibilitas sumber informasi semakin tinggi pula kepuasan dan keputusan membeli ulang dari setiap konsumen. Begitu juga hasil penelitian Oktafian (2019) menunjukkan kredibilitas sumber informasi berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. Ini berarti kredibilitas sumber informasi menjadi salah satu faktor terciptanya suatu niat beli.

Opini konsumen atas suatu produk memberikan bobot tertentu pada proses evaluasi konsumen. Hasil evaluasi merupakan pilihan akhir yang menentukan keputusan konsumen, apakah membeli atau tidak membeli, berganti atau tidak, dan sebagainya. Niat membeli konsumen merupakan keputusan yang mempelajari mengapa konsumen membeli suatu produk, seorang pemasar akan mencari tahu apa yang menjadi sebab seorang pelanggan untuk membeli suatu produk tertentu. Minat beli merupakan penentu dari pembeli untuk melakukan suatu Tindakan seperti membeli suatu produk atau jasa. Konsumen akan percaya informasi yang disediakan mengenai apotek dan produk obat jika kredibilitas informasi tersebut tinggi (Cheung & Thadani, 2012). Penyerapan informasi yang dilakukan oleh konsumen akan memengaruhi kepuasan konsumen hal ini karena semakin terpercaya informasi yang mereka peroleh semakin tinggi kepuasan mereka terhadap produk yang mereka beli dan pada akhirnya berpengaruh pada keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian tersebut di atas menunjukkan bahwa terjadi kontradiksi antara fenomena di lapangan yang diperoleh peneliti dengan beberapa hasil penelitian sebelumnya, sehingga memberikan bukti bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan keputusan untuk membeli ulang, dibutuhkan keterlibatan dari konsumen dan sumber informasi yang bisa dipercaya oleh konsumen. Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, maka menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Keterlibatan Konsumen dan Kredibilitas Sumber Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi (Survey Pada Konsumen Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan menurunnya jumlah pendapatan dan riset gap yang telah dijelaskan pada latar belakang penelitian, maka masalah penelitian adalah bagaimana upaya yang dilakukan pihak manajemen apotek Carmel Medika dalam meningkatkan keputusan pembelian ulang konsumen yang dimediasi oleh adanya kepuasan konsumen. Dengan permasalahan tersebut, maka pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Keterlibatan Konsumen, Kredibilitas Sumber Informasi, Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Ulang Konsumen pada Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya?
2. Bagaimana pengaruh Keterlibatan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya?
3. Bagaimana pengaruh Kredibilitas Sumber Informasi terhadap Kepuasan

Konsumen pada Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya?

4. Bagaimana pengaruh Keterlibatan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen pada Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya?
5. Bagaimana pengaruh Kredibilitas Sumber Informasi terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen pada Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya?
6. Bagaimana pengaruh Kepuasan Konsumen dalam memperkuat pengaruh Keterlibatan Konsumen dan kredibilitas sumber informasi terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Konsumen Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Keterlibatan Konsumen, Kredibilitas Sumber Informasi, Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Ulang Konsumen pada Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya.
2. Pengaruh Keterlibatan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya.
3. Pengaruh Kredibilitas Sumber Informasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya.
4. Pengaruh Keterlibatan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen pada Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya.
5. Pengaruh Kredibilitas Sumber Informasi terhadap Keputusan Pembelian Ulang

Konsumen pada Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya.

6. Pengaruh Kepuasan Konsumen dalam memperkuat pengaruh keterlibatan konsumen dan kredibilitas sumber informasi terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Konsumen Produk Obat Apotek Carmel Medika Tasikmalaya?

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat pada beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu dan bahan acuan yang dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh keterlibatan konsumen dan kredibilitas sumber informasi terhadap keputusan pembelian ulang, dan peran kepuasan konsumen dalam memediasi pengaruh keterlibatan konsumen dan kredibilitas sumber informasi terhadap keputusan pembelian ulang.

2. Terapan Ilmu:

- a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh keterlibatan konsumen dan kredibilitas sumber informasi terhadap keputusan pembelian ulang, dan peran kepuasan konsumen dalam memediasi pengaruh keterlibatan konsumen dan kredibilitas sumber informasi terhadap keputusan pembelian ulang sehingga dapat mengetahui pengembangan teori manajemen pemasaran yang sebenarnya.

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan khususnya mengenai strategi pemasaran yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang terhadap produk obat di masa yang akan datang.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi yang berkepentingan dengan masalah-masalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang konsumen dan dapat digunakan sebagai bahan acuan dan tambahan informasi bagi pihak-pihak yang tertarik dengan topik yang penulis bahas.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada Apotek Carmel Medika Tasikmalaya, yang terletak di Jl. AH Nasution, Cipari, Kec. Mangkubumi, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46181.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama kurang lebih 6 (enam) bulan terhitung dari Agustus 2023 sampai dengan Januari 2024. Adapun untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran I.