

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pembalut wanita adalah sebuah produk yang dipakai wanita selama menstruasi untuk menyerap cairan menstruasi.<sup>1</sup> Selain saat menstruasi, perangkat ini juga digunakan setelah pembedahan vagina, setelah melahirkan, sesudah aborsi, maupun situasi lainnya yang membutuhkan pembalut ini untuk menyerap cairan yang berupa pendarahan pada vagina.<sup>2</sup> Di Indonesia sendiri memiliki banyak merek pembalut wanita, antara lain charm, laurier, kotx, softex, nina, dan masih banyak lagi.

Charm merupakan salah satu dari banyak merek pembalut wanita yang terdapat di pasaran Indonesia. Charm diproduksi oleh unicharm yang juga memproduksi popok bayi. Pembalut charm memiliki berbagai jenis pembalut wanita yang dapat dipilih sesuai kebutuhan dan juga produk pembalut charm sangat mudah dicari di berbagai toko kelontong, minimarket, bahkan di swalayan atau mall-mall yang ada di Indonesia.

Dengan memudahkan konsumen untuk mencari produk pembalut charm dapat membuat konsumen merasa puas akan hal tersebut, sehingga akan dapat menimbulkan konsumen untuk membeli ulang produk tersebut yang mana dapat menyebabkan seorang konsumen tersebut menjadi loyal terhadap produk tersebut.

---

<sup>1</sup> Nurul Chomaria, *AKU SUDAH GEDE (Ngobrolin Pubertas Buat Remaja IslamI)*, (Solo: SAMUDERA, 2008), 47

<sup>2</sup> Nita Siregar, *Pembalut* diakses dari <http://www.scribd.com/doc/81934945/TUGAS-PEMBALUT> pada 19 Desember 2018 pukul 11.45 WIB

Kemudahan adalah keadaan dimana konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah kualitas produk dan merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas pelanggan seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat.<sup>3</sup>

Loyalitas pelanggan sebagai suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu merek produk atau merek jasa pada kurun waktu tertentu pada situasi dimana banyak pilihan produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelanggan memiliki kemampuan mendapatkannya.

Memiliki pelanggan yang loyal adalah salah satu tujuan akhir dari perusahaan karena loyalitas pelanggan dapat menjamin kelanggengan hidup suatu perusahaan dalam jangka panjang. Pada dasarnya loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai sebuah kesetiaan seseorang terhadap sesuatu hal. Loyalitas pelanggan adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.<sup>4</sup>

Dari yang didefinisikan Oliver tersebut dikatakan bahwa pelanggan yang loyal mempunyai semacam fanatisme yang relatif permanen dalam jangka panjang terhadap suatu produk/jasa atau suatu perusahaan yang telah menjadi pilihannya.

---

<sup>3</sup> Vanessa Gaffar, *Manajemen Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 72.

<sup>4</sup> Oliver, R. L., *Satisfaction: A behavioral perspective on the customer*, (New York, 1997), 392.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Santri Putri**

<b>Jenjang Pendidikan</b>	<b>Santri Putri</b>
MI	8
MTS	10
MA	5
Perguruan Tinggi	99
Jumlah	120

Sumber: Berdasarkan Observasi

Berdasarkan data tabel 1.1 Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri merupakan pondok pesantren yang berdiri pada tahun 2007 yang mana letaknya strategis bagi mahasiswa ataupun siswa MTS dan MA yang tidak jauh dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, MTSN 2 Kediri dan MAN 1 Kediri. Pondok Pesantren Sunan Ampel terdapat 122 santri yang terdiri dari 120 santri putri dan 2 santri putra. Dimana untuk Pondok Pesantren Putri terdapat 2 tempat yaitu Pondok utama atau pusat dan Pondok cabang. Yang terdiri dari 8 santri dari jenjang MI, 10 santri dari MTS, 5 santri dari MA, dan 99 santri dari jenjang perguruan tinggi. Untuk jenjang pendidikan MI belum haid, sehingga belum menggunakan produk pembalut wanita. Maka dari itu responden awal yang diambil berjumlah 112 responden.

**Tabel 1.2**  
**Merek Pembalut Wanita**

<b>No.</b>	<b>Merek Pembalut Wanita</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Charm	45
2.	Laurier	33
3.	Kotex	3
4.	Softex	19
5.	Hers	8
6.	Kain	4
Total		112

Sumber: Data diolah Peneliti

Dari tabel 1.2 dapat dilihat terdapat 45 responden dari 112 responden memilih produk pembalut wanita Charm untuk digunakan. Sedangkan yang

lain memilih pembalut wanita laurier sebanyak 33 responden dari 112 responden. Dan juga sebanyak 19 responden dari 112 responden memilih untuk menggunakan pembalut wanita Softex, 8 responden memilih pembalut Hers, 4 responden menggunakan pembalut kain dan sebanyak 3 responden menggunakan pembalut wanita Kotex.

Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa pembalut wanita Charm merupakan produk yang mayoritas digunakan atau menjadi pilihan utama dari santri putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri dari pada produk pembalut wanita merek lainnya seperti laurier, kotex, softex, hers, dan pembalut kain. Maka dari itu peneliti memakai produk pembalut Charm untuk diteliti.

**Tabel 1.3**  
**TOP Brand Index Tahun 2017-2019**

Merek	Tahun		
	2017	2018	2019
Charm	42.7% (TOP 1)	42.7% (TOP 1)	40.0% (TOP 1)
Lurier	37.2% (TOP 2)	31.4% (TOP 2)	38.0% (TOP 2)
Softex	10.7% (TOP 3)	14.3% (TOP 3)	12.4% (TOP 3)
Kotex	4.6% (4)	4.8% (4)	2.4% (5)
Hers Protex	2.0% (5)	3.0% (5)	3.7% (4)

Sumber: website TOP Brand Award<sup>5</sup>

Selain itu Charm juga merupakan produk yang masuk dalam TOP Brand seperti yang ada pada tabel 1.3 diatas, produk pembalut Charm berada pada nomor satu TOP Brand Index selama tiga tahun berturut-turut pada tahun 2017 sampai tahun 2019.

<sup>5</sup> <http://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

**Tabel 1.4**  
**Menggunakan Pembalut Charm**

No.	Menggunakan Pembalut Charm	Responden
1.	Menggunakan 1 kali	0
2.	Menggunakan > 1 kali	45
Jumlah		45

Sumber: Berdasarkan Observasi

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa santri putri yang menggunakan pembalut wanita Charm di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri lebih dari satu kali. Intensitas menggunakan pembalut wanita Charm yang berulang ini menunjukkan loyalitas santri putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri dalam menggunakan produk pembalut wanita Charm.

Alasan peneliti memilih santri putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri sebagai responden adalah terdapat pada tabel 1.2 diatas, dimana dapat dilihat santri putri lebih dominan memakai pembalut wanita charm sebagai pembalut wanita yang digunakan.

**Tabel 1.5**  
**Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan**

No.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi	Jumlah
1.	Kepuasan	6
2.	Kepercayaan	0
3.	Emosional	2
4.	Kemudahan	20
5.	Pengalaman	2
Total		30

Sumber: Data diolah Peneliti

Dari data tabel 1.5 diatas peneliti melakukan survei awal dengan 30 responden yang memilih produk charm sebagai produk pembalut wanita yang digunakan dari 112 responden yang menjadi santri putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri. Hasil yang diperoleh terdapat 20 responden memilih kemudahan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dan

terdapat 6 responden memilih kepuasan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang diikuti oleh emosional dan pengalaman sebanyak 2 responden memilih sebagai alasan menggunakan pembalut wanita Charm.

Pada survei awal juga dilakukan di toko, swalayan dan mall yang berada di sekitar wilayah Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri. Dimana banyak yang menjual produk pembalut Charm dalam berbagai jenis pembalut yang dimiliki Charm, bahkan produk ini juga menjual dalam bentuk sachet yang memudahkan pelanggan untuk dipakai saat bepergian atau *traveling*. Selain dalam bentuk sachet juga terdapat bentuk seperti celana dalam yang dapat memudahkan pelanggan untuk memakainya yang mana sekarang ini hanya Charm yang baru mengeluarkan produk model celana dalam. Dan juga Charm memasuki TOP Brand nomor satu selama tiga tahun berturut-turut pada tahun 2017 sampai 2019 pada kategori perawatan pribadi.

Kemudahan lain yang di dapat oleh konsumen dari Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri adalah produk pembalut Charm mudah untuk di bersihkan sehingga pelanggan merasa produk ini sangat dimudahkan karena dapat mempersingkat waktu saat membersihkannya.

Kemudahan yaitu jika konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat.<sup>6</sup>

Sehingga dapat dikatakan bahwa kemudahan mempunyai pengaruh atau peran dalam loyalitas pelanggan. Maka dari itu, menurut latar belakang yang

---

<sup>6</sup> Vanessa Gaffar, *CMR dan MPR Hotel*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 72

telah dijabarkan diatas peneliti dapat mengajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Pembalut Wanita Charm (Studi Pada Santri Putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri)”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kemudahan yang didapatkan dari produk Pembalut Wanita Charm pada Santri Putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan terhadap produk Pembalut Wanita Charm pada Santri Putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri?
3. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan produk Pembalut Wanita Charm pada Santri Putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk:

1. Untuk mengetahui kemudahan yang didapatkan dari produk Pembalut Wanita Charm pada Santri Putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri.
2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan terhadap produk Pembalut Wanita Charm pada Santri Putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri.

3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan produk Pembalut Wanita Charm pada Santri Putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Tugas akhir sebagai syarat lulus, bahan pembelajaran dan penelitian untuk membandingkan teori yang telah dipelajari di akademik dengan keadaan lapangan yang sebenarnya.

2. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pembanding bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian yang serupa serta dapat menambah koleksi perpustakaan IAIN Kediri.

3. Bagi perusahaan

Dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan produk Pembalut Wanita Charm pada Santri Putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri.

#### **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah yang timbul dalam penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:



1. ( $H_a$ ): Terdapat pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan produk Pembalut Wanita Charm pada Santri Putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri.
2. ( $H_o$ ): Tidak terdapat pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan produk Pembalut Wanita Charm pada Santri Putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri.

#### **F. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup penelitian untuk menghindari persoalan yang diteliti tidak meluas dan fokus penelitian menjadi jelas. Maka peneliti menetapkan ruang lingkup sebagai berikut:

1. Kemudahan dimaksudkan peneliti memfokus pada produk pembalut wanita Charm saja.
2. Lokasi penelitian, lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri.
3. Subjek penelitian, yaitu santri putri.
4. Variabel penelitian, variabel penelitian adalah kemudahan (X) yang dihubungkan dengan loyalitas pelanggan (Y). Dimana kemudahan sebagai variabel bebas dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

#### **G. Telaah Pustaka**

Peneliti menelusuri beberapa karya lain yang dapat dijadikan referensi, sumber, acuan, dan perbandingan dalam penelitian ini. Adapun beberapa penelitian yang berhasil ditemukan yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Gilang Amijaya (2010) dengan judul “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur

Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah BCA)".<sup>7</sup> Variabel yang digunakan adalah teknologi informasi (X1), kemudahan (X2), resiko (X3) dan fitur layanan (X4) sebagai variabel bebas, dan minat ulang (Y) sebagai variabel terikat.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan peneliti sebelumnya, persamaan terletak pada salah satu variabel X yang ada di penelitian sebelumnya, sama-sama meneliti mengenai kemudahan sebagai variabel bebas. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel Y sama-sama meneliti loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat dan terletak pada variabel X yang lain yaitu teknologi informasi, resiko dan fitur layanan tidak diteliti oleh peneliti. Objek penelitian berada di PT Great Seasons Tours and Travel di Kota Batam dengan produk yang diteliti produk Internet Banking pada nasabah Bank BCA. Sedangkan peneliti mengambil produk yang diteliti adalah pembalut wanita Charm dengan responden santri putri di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Joko Sugihartono (2009) dengan judul "Analisis Pengaruh Citra, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Pupuk Kalimantan Timur, *Sales Representatie* Kabupaten Grobogan)".<sup>8</sup> Variabel yang digunakan

---

<sup>7</sup> Gilang Amijaya, *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)*, (Skripsi: Universitas Diponegoro, 2010).

<sup>8</sup> Joko Sugihartono, *Analisis Pengaruh Citra, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalita Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Pupuk Kalimantan Timur, Sales Representative, Kabupaten Grobogan)*, (Tesis: Universitas Diponegoro Semarang, 2009).

adalah citra (X1), kualitas layanan (X2), dan kepuasan (X3) sebagai variabel bebas, dan loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel terikat.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, persamaan terletak pada variabel Y yang sama-sama meneliti mengenai loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya berada pada variabel X yang mana peneliti meneliti kemudahan sebagai variabel bebas, sedangkan peneliti sebelumnya meneliti mengenai citra, kualitas layanan dan kepuasan sebagai variabel bebas. Objek penelitian di PT. Pupuk Kalimantan Timur di Kabupaten Grobogan dengan produk yang diteliti produk dari Pupuk Kalimantan Timur. Sedangkan peneliti mengambil objek penelitian di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri dengan produk yang diteliti adalah pembalut wanita Charm.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Bayu Angga Putra Pratama (2015) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Harmony Warujayeng”.<sup>9</sup> Variabel yang digunakan adalah kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepercayaan (X3) sebagai variabel bebas, dan loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel terikat.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, persamaannya terletak pada variabel Y sama-sama meneliti mengenai loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya pada variabel X dimana peneliti sebelumnya meneliti kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan sebagai variabel bebas, sedangkan

---

<sup>9</sup> Bayu Angga Putra Pratama, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Harmony Warujayeng*, (Skripsi: Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2015).

peneliti variabel yang digunakan merupakan kemudahan sebagai variabel bebas. Objek penelitian di Cafe Harmony Warujayeng dengan produk yang diteliti adalah menu dari Cafe Harmony. Sedangkan peneliti mengambil objek penelitian di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri dengan produk yang diteliti adalah pembalit wanita Charm.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Febby Sulistyani (2017) dengan judul “Pengaruh Kemudahan dan Kegunaan E-Payment Terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Kartu Commuter Electronic Ticketing”.<sup>10</sup> Variabel yang digunakan adalah kemudahan (X1), Kegunaan E-Payment (X2 sebagai variabel bebas, dan Loyalitas Konsumen (Y) sebagai variabel terikat.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, persamaannya terletak pada variabel X sama-sama meneliti mengenai kemudahan sebagai variabel bebas dan pada variabel Y sama-sama meneliti mengenai loyalitas konsumen atau pelanggan sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya pada variabel X dimana peneliti sebelumnya meneliti kegunaan E-Payment sebagai variabel bebas. Objek penelitian di Stasiun Pondok Cina Depok dengan produk yang diteliti adalah kartu Commuter Electronic Ticketing. Sedangkan peneliti mengambil objek penelitian di Pondok Pesantren Sunan Ampel Kediri dengan produk yang diteliti adalah pembalit wanita Charm.

---

<sup>10</sup> Aulia Febby Sulistyani, *Pengaruh Kemudahan dan Kegunaan E-Payment Terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Kartu Commuter Electronic Ticketing*, (Skripsi: Universitas Gunadarma, 2017).