

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Hakekat pembangunan nasional pada dasarnya adalah membangun manusia Indonesia seutuhnya yang sehat jasmani dan rohani. Dalam membangun manusia Indonesia yang sehat jasmani, perlu diperhatikan pemenuhan gizi yang baik. Untuk itu dibutuhkan usaha yang terus menerus dalam penyediaan berbagai sumber pangan yang bergizi tinggi.

Pemenuhan gizi yang baik bisa dibantu dengan olahan susu formula. Susu formula adalah susu yang dibuat khusus untuk bayi yang kandungannya menyerupai dengan kandungan Air Susu Ibu (ASI), tetapi tidak seluruh zat gizi yang terkandung di dalamnya dapat diserap oleh bayi. Susu formula merupakan asupan yang sangat diperlukan bayi untuk pertumbuhan dan kecerdasannya. Karena itu, para orang tua akan sangat membutuhkan susu formula untuk diberikan kepada bayi mereka.

Salah satu produk susu formula yaitu SGM (Susu Gula Minyak). SGM merupakan produk susu formula bayi yang diproduksi oleh PT. Sari Husada Tbk, perusahaan pertama di Indonesia yang mengkhususkan diri memproduksi susu bayi sejak tahun 1965.

Sejarah berdirinya PT. Sari Husada Tbk adalah berkat kerjasama Pemerintah tanah air dengan UNICEF untuk mengatasi problematika gizi di Indonesia pada saat itu. 54 tahun sudah usia susu SGM di Indonesia, terbilang

senior dibandingkan produk-produk merek lain. Setelah sekian lama berkecimpung di bidang susu formula bayi, susu SGM telah membuktikan diri mampu membantu anak-anak Indonesia untuk memenuhi kebutuhan gizinya sejak lahir.

Dalam segi kandungan nutrisi, produk SGM mengandung FOS, AHA dan DHA, mineral, protein, karbohidrat, lemak, vitamin dan air seperti kebanyakan kandungan susu formula lain. Kelebihan kandungan SGM terletak pada rasanya yang tidak terlalu “eneg” dan beraroma buat anak-anak.

Dengan memudahkan konsumen untuk mencari produk susu formula 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.

Loyalitas konsumen 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>1</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.

TOP Swalayan adalah swalayan yang menyediakan kebutuhan sehari-hari seperti sabun, beras, susu, kecap, minyak dan lain-lain. Swalayan ini berdiri pada 3 November 2005 dan berlokasi di Jalan Letjen Sutoyo no.60 Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.

Salah satu swalayan yang paling banyak digemari saat ini oleh masyarakat di Kecamatan Pare. Selain harganya yang bersaing, kualitas produknya juga baik dan yang paling menonjol adalah diskon setiap hari yang membuat swalayan ini sangat digemari oleh konsumen. Top Swalayan merupakan swalayan terbesar di kecamatan Pare dan lebih mengutamakan dalam pelayanannya.

Di Kecamatan Pare terdapat 10 swalayan dengan menjual produk yang sama yaitu TOP Swalayan, Dinasti Swalayan, Rajawali, Start, Galaxy, Krisna, Beta Mart, Thomas, Alfa Mart dan Indomaret. Perbedaan yang dimiliki TOP Swalayan dengan yang lainnya yaitu tersedia delivery order,

---

<sup>1</sup> Oliver, R. L., *Satisfaction: A behavioral perspective on the customer*, (New York, 1997), 392.

group WA, minimal belanja Rp. 100.000 berhak mengikuti undian yang dilakukan 6 bulan sekali dan apabila belanja Rp. 50.000 mendapatkan 1 poin.

Berdasarkan observasi pada pengunjung TOP swalayan dengan swalayan yang ada di kecamatan Pare didapatkan data sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data pengunjung tiap hari**

No.	Nama Swalayan	Jumlah
1.	TOP Swalayan	675
2.	Dinasti Swalayan	428
3.	Galaxy	275
4.	Indomaret	380
5.	Alfa Mart	347

Sumber: Hasil pengumpulan data

Berdasarkan data diatas dapat dilihat pengunjung Top Swalayan rata-rata tiap harinya yang paling banyak pengunjungnya dari pada swalayan yang lain

Berdasarkan observasi pada pelanggan TOP Swlayan yang tercantum pada group WA yang berjumlah 140 anggota didapatkan data sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Data produk yang dibeli**

No.	Produk	Jumlah
1.	Susu formula	75
2.	Beras	20
3.	Minyak	10
4.	Kecap	6
5.	Sabun	21
6.	Pasta gigi	8
Total		140

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan data diatas dapat dilihat dari 140 anggota yang menjawab terdapat 75 responden dari 140 responden memilih produk susu yang sering di beli di TOP Swalayan.

Berdasarkan observasi kepada 75 pelanggan yang membeli susu didapatkan data sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Merek Susu Formula**

No.	Merek Susu Formula	Jumlah
1.	SGM	45
2.	Lactogen	15
3.	Nutrilon	7
4.	Bebelac	8
Total		75

Sumber: Data diolah Peneliti

Dari tabel 1.3 dapat dilihat terdapat 45 responden dari 75 responden memilih produk SGM untuk digunakan. Sedangkan yang lain memilih Lactogen sebanyak 15. Dan juga sebanyak 7 responden memilih untuk menggunakan Nutrilon, dan sebanyak 8 responden menggunakan Bebelac.

**Tabel 1.4**

**Menggunakan Susu Formula SGM**

No.	Menggunakan SGM	Responden
1.	Menggunakan 1 kali	0
2.	Menggunakan > 1 kali	45
Jumlah		45

Sumber: Berdasarkan Observasi

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumen yang menggunakan susu formula SGM di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri lebih dari satu kali. Intensitas menggunakan susu formula

SGM yang berulang ini menunjukkan loyalitas pelanggan di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri dalam menggunakan produk SGM.

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

No.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi	Jumlah
1.	Kepuasan	8
2.	Kepercayaan	10
3.	Emosional	0
4.	Kemudahan	22
5.	Pengalaman	0
Total		40

Sumber: Data diolah Peneliti

Dari data tabel 1.5 diatas peneliti melakukan survei awal dengan 40 responden yang memilih produk SGM dari 75 responden yang menjadi pelanggan di TOP Swalayan. Hasil yang diperoleh terdapat 22 responden memilih kemudahan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dan terdapat 8 responden memilih kepuasan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dan diikuti oleh kepercayaan terdapat 10 responden.

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>2</sup>

---

<sup>2</sup> Vanessa Gaffar, *CMR dan MPR Hotel*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 72

Sehingga dapat dikatakan bahwa kemudahan mempunyai pengaruh atau peran dalam loyalitas pelanggan. Maka dari itu, menurut latar belakang yang telah dijabarkan diatas peneliti dapat mengajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas pelanggan Produk Susu Formula SGM (Studi Pada TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana kemudahan yang didapatkan dari produk susu formula SGM di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan terhadap produk susu formula SGM di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan produk susu formula SGM di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui kemudahan yang didapatkan dari produk susu formula SGM di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.

2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan terhadap produk susu formula SGM di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan produk susu formula SGM di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten 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 konsumen produk susu formula SGM di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.

### **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesisi 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. (Ha): Terdapat pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan produk susu formula SGM pada pelanggan di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.
2. (Ho): Tidak terdapat pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan produk susu formula SGM pada pelanggan di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten 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 yang diteliti adalah susu formula SGM.
2. Lokasi penelitian, lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.
3. Subjek penelitian, yaitu pelanggan di TOP Swalayan.
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 Nora Pitri Nainggolan (2018) dengan judul “Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Great Seasons Tours and Travel di Kota Batam”.<sup>3</sup> Variabel yang digunakan adalah kepuasan (X1), kepercayaan (X2), dan kemudahan (X3) sebagai variabel bebas, dan loyalitas pelanggan (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 dan pada variabel Y sama-sama meneliti loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X yang lain yaitu kepuasan dan kepercayaan tidak diteliti oleh peneliti. Objek penelitian berada di PT Great Seasons Tours and Travel di Kota Batam dengan produk yang diteliti produk jasa tours and travel. Sedangkan peneliti mengambil objek penelitian di TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri dengan produk yang diteliti adalah susu formula SGM.

---

<sup>3</sup> Nora Pitri Nainggolan, *Pengaruh kepuasan, kepercayaan, dan kemudahan terhadap loyalitas pelanggan PT Great Seasons Tours and Travel di Kota Batam*, (Skripsi: Universitas Putra Batam, 2018).

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>4</sup> Variabel yang digunakan 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 TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri dengan produk yang diteliti adalah susu formula SGM.

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>5</sup> Variabel yang digunakan adalah kualitas produk

---

<sup>4</sup> Joko Sugihartono, *Analisis Pengaruh Citra, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Pupuk Kalimantan Timur, Sales Representative, Kabupaten Grobogan)*, (Tesis: Universitas Diponegoro Semarang, 2009).

<sup>5</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).

(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 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 TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri dengan produk yang diteliti adalah susu formula SGM.

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>6</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

---

<sup>6</sup> Aulia Febby Sulistyani, *Pengaruh Kemudahan dan Kegunaan E-Payment Terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Kartu Commuter Electronic Ticketing*, (Skripsi: Universitas Gunadarma, 2017).

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 TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kediri dengan produk yang diteliti adalah susu formula SGM.