

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus pada Konsumen Produk Obat Coparcetin di  
Kota Semarang)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi  
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

**DIAN LAKSMI RACHMA ANANTI**

**12010114140233**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2018**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Dian Laksmi Rachma Ananti

Nomor Induk Mahasiswa : 12010114140233

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING (Studi Kasus pada Konsumen  
Produk Obat Coparcetin di Kota Semarang)”**

Dosen Pembimbing : Sri Rahayu Tri Astuti S.E., M.M

Semarang, 31 Mei 2018

Dosen Pembimbing

Sri Rahayu Tri Astuti S.E.,M.M

NIP.19730925 200312 2001

## **PENGESAHANAN KELULUSAN UJIAN**

Nama : Dian Laksmi Rachma Ananti

Nomor Induk Mahasiswa : 12010114140233

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

**Judul Skripsi : “ANALISIS PENGARUH KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING (Studi Kasus pada Konsumen  
Produk Obat Coparcetin di Kota Semarang)”**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 26 Juni 2018**

Tim Penguji

1. Sri Rahayu Tri Astuti S.E., M.M (.....)

2. Prof. Dr. Augusty Ferdinand, MBA (.....)

3. Idris, SE, M.si (.....)

## **PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya, Dian Laksmi Rachma Ananti menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Produk Obat Coparcetin di Kota Semarang)”** merupakan hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya buat tidak ada sebagian bahkan keseluruhan tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat ataupun simbol yang menunjukkan gagasan, pemikiran, maupun pendapat dari penulis lain, kemudian saya akui sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin tersebut, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa mencantumkan nama penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Apabila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 31 Mei 2018

Dian Laksmi Rachma Ananti  
NIM. 12010114140233

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Don’t make moves without praying about it first”

**-Unknown**

“Indeed with every difficulty, there’e relief”

**[QS. Al-Inshirah 5-6]**

“Allah will bring you what you wish for, in the most beautiful way”

**-Unknown**

“The only way to do great work is to love what you do.”

**-Steve Jobs**

“All our dreams can come true if we have the courage to pursue them.”

**-Walt Disney**

**SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK  
KEDUA ORANG TUA SAYA  
YANG TELAH BERDOA TIADA HENTI DEMI KELANCACARAN DAN  
KESUKSESAN SAYA**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian produk Coparcetin. Dengan melakukan pengujian pada 152 responden, penelitian ini menggunakan 3 variabel, 12 indikator, dan 3 hipotesis. Metode analisis yang digunakan menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis AMOS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

*Kata kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*

## **ABSTRACT**

*This research is conducted for product quality and brand image to customer loyalty to customer satisfaction. The population used in this study is all consumers who have made purchases of Coparcetin products. By crediting 152 respondents, this study used 3 variables, 12 indicators, and 3 hypotheses. The analytical process used is quantitative method with AMOS analysis tool.*

*The results of this study indicate that product quality is positive and significant to customer satisfaction, product quality is positive and significant to customer loyalty, customer satisfaction is positive and significant on customer loyalty.*

*Keywords: Product Quality, Costumer Satisfaction, Costumer Loyalty.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan limpahan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Produk Obat Coparcetin di Kota Semarang)”** dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Penulisan skripsi ini tidak dapat terealisasikan apabila tidak mendapat bantuan dari pihak-pihak terkait. Sehingga penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan berkah berupa kesehatan, kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi
2. H. Suwarno Sastrowardoyo, S.E., M.M dan Hj. Mamik Nurhayati, Spd selaku kedua orang tua saya yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada saya, untuk kemudahan, kelancaran, dan kesuksesan dalam menyelesaikan skripsi.
3. Tosim Hamudi, S.E dan dr. Novita Endah selaku om dan tante saya yang telah memberikan semangat dan doa kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.

4. Arieffandita Nuri, Alhakim Binarso dan Nadya Aghnia selaku kakak dan adik saya yang juga telah memberikan doa dan semangat kepada saya.
5. Dr. Suharnomo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
6. Dr. Harjum Muharram, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas dedikasinya untuk kemajuan fakultas tercinta
5. Sri Rahayu Tri Astuti S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta kesabaran dalam membimbing sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
6. Astiwi Indriani S.E., M.M., selaku dosen wali yang senantiasa memberikan arahan dalam menempuh studi
7. Segenap dosen Fakultas Ekonimika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, yang telah bersedia memberikan ilmu selama studi
9. Sahabat-sahabatku Diahlevi Ismiarti, Adinda Meidina, Edo Aditya, Rahardian Aji, dan Citra Desi Deriya. Terimakasih telah berada dalam suka maupun duka, memberikan semangat dan dukungan tiada hentinya.
10. Sahabat-sahabatku Mirza Nur Safira, Laras Puspa Lestari, Linati Haida Alimi, Nyata Cinta Pagar Intan, Annisa Luft W Niati, Carissa Kusuma, Rinda Intan, Faizal Irfan, Dwiki Hygi dan Davin Hardian yang sudah seperti

keluarga saya telah dan senantiasa bersama saya dalam keadaan suka maupun duka, sakit maupun sehat, dan selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan kepada saya setiap saat.

11. Sahabat-sahabatku Inge Victoria, Safira Andita, Intan Maharani, Pramitha Indriastuti, Maghfira Aini, Maghfira Ainun, Canta Lalita, Firmansyah Islahudin dan Regita Masliani. Terimakasih telah memberikan doa dan dukungan kepada saya.

12. Sahabat-sahabatku di HIPMI PT UNDIP Maghfira Dwi, Ivah Risdiana, Nadia Mawa, Roro Ratih, Melati, Cahyo, Jehan, Kresno, Rizki Agung. Terimakasih atas semangat dan doa yang telah kalian berikan.

13. Terimakasih kepada seluruh keluarga besar PT. Sampharindo Perdana dan PT. Sampharindo Putra Trading yang telah menerima saya dengan sangat baik, selalu ramah, memberikan seluruh informasi, motivasi, arahan, semangat yang tulus kepada penulis selama 3 bulan. Semoga tetap solid, target perusahaan dapat terus tercapai dan perusahaan dapat terus berkembang.

14. Teman-teman seperjuangan “Bu Ati Squad 2014” Roza Azizah, Dewa, Muil, Bima, Hanif dan Asti. Terimakasih atas semangat, bantuan dan dukungan yang kalian berikan.

15. Teman-teman KKN TIM II UNDIP 2017 Desa Gondang Kecamatan Subah Kabupaten Batang atas do’a dan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi

16. Seluruh teman-teman S1-Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan pembelajaran dan kenangan selama menempuh pendidikan perguruan tinggi di Universitas Diponegoro

17. Seluruh perangkat Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi

18. Pihak-pihak lain yang secara tidak langsung ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, penulis ucapkan banyak terimakasih

Semoga semua pihak yang penulis sebutkan diatas mendapatkan pahala dan rezeki yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Sehingga, penulis sangat mengharap kritik dan saran yang membangun dari banyak pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 31 Mei 2018

Penulis,

Dian Laksmi Rachma Ananti  
NIM. 12010114140233

## **DAFTAR ISI**

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHANAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13
1.5 Sistematika Penulisan .....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	17
2.1 Landasan Teori .....	17
2.2 Pengaruh Hubungan Antar Variabel .....	25
2.3 Penelitian Terdahulu .....	26
2.4 Hipotesis .....	30
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	30
BAB III METODE PENELITIAN .....	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	38
3.2 Populasi dan Sampel .....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	45
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.5 Metode Analisis .....	48
3.6 Variabel Hipotesis dan Indikator Variabel .....	55
BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....	56
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	56

4.2 Analisis Data .....	62
4.3 Interpretasi Hasil .....	63
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Implikasi Manajerial .....	77
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	80
5.4 Saran bagi Penelitian yang Akan Datang.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Produk Obat PT. Sampharindo Perdana .....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Profil Responden.....	58
Tabel 4. 2 Hasil Indeks Pengujian CFA Kualitas Produk .....	63
Tabel 4. 3 Hasil Indeks Pengujian CFA Kepuasan Pelanggan .....	65
Tabel 4. 4 Hasil Indeks Pengujian CFA Loyalitas Pelanggan .....	66
Tabel 4. 5 Hasil Indeks Pengujian CFA Konstruk Endogen.....	67
Tabel 4. 6 Regression Weights CFA Konstruk Endogen.....	67
Tabel 4. 7 Hasil Indeks Pengujian Confirmatory Factor Analysis.....	70
Tabel 4. 8 Regression Weights Structural Equation Model .....	71
Tabel 4. 9 <i>Assessment of normality</i> .....	73
Tabel 4. 10 Estimation Parameter Regression Weights .....	74
Tabel 5. 1 Saran bagi Perusahaan.....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pasar Farmasi Indonesia.....	7
Gambar 1. 2 Penjualan Produk Obat PT. Sampharindo Perdana.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
Gambar 3. 1 Rentang Skala Likert.....	48
Gambar 3. 2 Variabel Hipotesis & Indikator Variabel .....	55
Gambar 4. 1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Gambar 4. 2 Responden berdasarkan Usia .....	60
Gambar 4. 3 Responden berdasarkan Rata-rata Pengeluaran per hari .....	61
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
Gambar 4. 5 Confirmatory Factor Analysis Kualitas Produk .....	63
Gambar 4. 6 Confirmatory Factor Analysis Kepuasan Pelanggan .....	64
Gambar 4. 7 Confirmatory Factor Analysis Loyalitas Pelanggan .....	65
Gambar 4. 8 Confirmatory Factor Analysis Konstruk Endogen.....	66
Gambar 4. 9 Full Model SEM.....	69
Gambar 4. 10 Uji Validitas dengan Uji Konvergen Validitas .....	72

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada era saat ini, gaya hidup masyarakat yang cenderung tidak sehat dengan minimnya aktivitas olahraga dan kebiasaan mengkonsumsi makanan *junk food* menjadi penyebab utama timbulnya suatu penyakit. Permintaan terhadap produk obat terus meningkat dari waktu ke waktu seiring dengan munculnya berbagai masalah kesehatan yang dialami oleh masyarakat dan semakin meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia. Obat merupakan suatu bahan yang diformulasikan untuk penetapan diagnosis, meminimalisir rasa sakit, serta menyembuhkan penyakit pada manusia dan hewan (Ansel,2001). Sedangkan menurut Syamsuni (2015) obat adalah seluruh bahan tunggal atau racikan yang diperuntukkan bagi semua individu, dan dapat digunakan untuk bagian dalam maupun luar tubuh, guna mencegah, meredakan rasa sakit serta mengobati suatu penyakit. Jadi, dapat disimpulkan bahwa obat merupakan suatu bahan maupun campuran dari beberapa bahan tertentu yang bermanfaat untuk mencegah timbulnya penyakit, meredakan rasa sakit, serta menyembuhkan penyakit yang dialami oleh suatu individu jika digunakan sesuai aturan dan petunjuk penggunaan. Segala sesuatu yang berkaitan dengan obat, dilakukan regulasi yang ketat karena menyangkut keamanan dan keselamatan seseorang. Terdapat beberapa aspek penting yang harus dipenuhi oleh produk obat, yaitu keamanan, khasiat, kualitas, penggunaan yang rasional dan informasi produk yang jelas

(Sampurno, 2011). Obat dapat memberikan manfaat dan khasiat yang optimal bagi penggunaannya apabila digunakan sesuai dengan dosis dan takaran yang tepat. Dosis merupakan takaran banyaknya suatu obat yang diberikan dan digunakan kepada seseorang (Syamsuni,2015). Dengan demikian, peran dokter, apoteker atau tenaga medis profesional sangat diperlukan dalam pengawasan dan penggunaan suatu obat di masyarakat luas.

Perusahaan farmasi besar, baik perusahaan nasional maupun mancanegara, berlomba-lomba meningkatkan kualitas dan hasil produksi untuk memenuhi permintaan dan keinginan konsumen yang beragam. Maraknya perdagangan bebas pada era saat ini, secara otomatis mengakibatkan terjadinya persaingan yang semakin ketat dalam industri bisnis, termasuk industri farmasi. Strategi pemasaran yang tepat dibutuhkan agar perusahaan dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan eksistensinya seiring dengan munculnya para pesaing baru.

Keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan menarik konsumen tidak lepas dari kegiatan pemasaran suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2007) mendefinisikan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu maupun kelompok mendapatkan sesuatu yang diperlukan dan yang diinginkan melalui pembuatan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain. Tujuan pemasaran adalah untuk mencari keuntungan dengan cara menjual dan membujuk konsumen yang berpotensi membeli produk untuk menukarkan uangnya dengan produk yang dijual oleh perusahaan. Pemasaran perlu mendapat perhatian yang serius oleh perusahaan. Penetapan

strategi-strategi pemasaran yang matang dibutuhkan agar perusahaan dapat menghadapi persaingan dan menguasai pasar. Menurut Varadarajan (2009), strategi pemasaran merupakan pola organisasi yang terintegrasi dan memprioritaskan kebutuhan pasar dengan menentukan target segmen pasar, membangun komunikasi, serta menawarkan dan menyalurkan produk kepada pelanggan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dan mencapai tujuan perusahaan.

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi pembuatan obat pada industri farmasi menjadi semakin canggih dan modern. Perusahaan-perusahaan tersebut akan terus memanfaatkan teknologi yang ada untuk memaksimalkan hasil produksi dan melakukan inovasi produk. Hal tersebut menyebabkan jumlah produk yang beredar dipasaran semakin meningkat dan memiliki variasi yang beragam. Dengan demikian, konsumen memiliki berbagai macam pilihan dalam membeli produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Banyaknya merek dan jenis produk membuat konsumen akan lebih cermat dan selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Salah satu kriteria konsumen dalam menentukan pilihan produknya adalah dengan memperhatikan kualitas produk.

Menurut Kotler and Amstrong (2009), kualitas produk adalah suatu karakteristik dari produk yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan ketentuan tertentu dan bersifat laten. Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas produk yang baik dan sesuai dengan harapan mereka akan memberikan penilaian yang positif terhadap produk tersebut serta dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun, jika kualitas produk tidak baik maka akan menimbulkan rasa tidak puas terhadap konsumen dan menyebabkan

konsumen dapat beralih ke produk yang lain. Kualitas produk, kepuasan konsumen, dan profitabilitas perusahaan merupakan suatu perpaduan yang berkaitan dengan erat (Kotler dan Keller, 2009). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memproduksi produk yang unggul dan bermutu tinggi, sehingga peningkatan kualitas produk dapat dicapai. Jika hal tersebut dapat diterapkan oleh perusahaan, maka konsumen akan merasa puas dan merekomendasikan apa yang mereka rasakan kepada orang lain serta akan berdampak pada peningkatan profit perusahaan. Kualitas produk yang memuaskan secara otomatis akan menimbulkan suatu kesan yang positif kepada merek tersebut.

Kepuasan adalah perasaan gembira atau kecewa yang dialami oleh seseorang setelah membandingkan antara kinerja atau hasil pada suatu produk terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller 2009). Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara harapan sebelum pelanggan membeli produk dan persepsi yang timbul terhadap kinerja produk setelah pelanggan melakukan pembelian (Tjiptono, 2015). Kepuasan konsumen ditentukan pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Setiap individu memiliki perspektif dan penilaian yang berbeda, sehingga tingkat kepuasan setiap orang juga berbeda satu sama lain. Terbentuknya kepuasan pelanggan bertujuan agar hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis dan memberikan kemungkinan bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, sehingga menciptakan loyalitas pada pelanggan.

Kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang yaitu menciptakan relasi yang kuat dan erat dengan pelanggan. (Kotler dan Keller, 2009). Membangun relasi yang kuat dengan konsumen dapat mewujudkan kepuasan pada diri

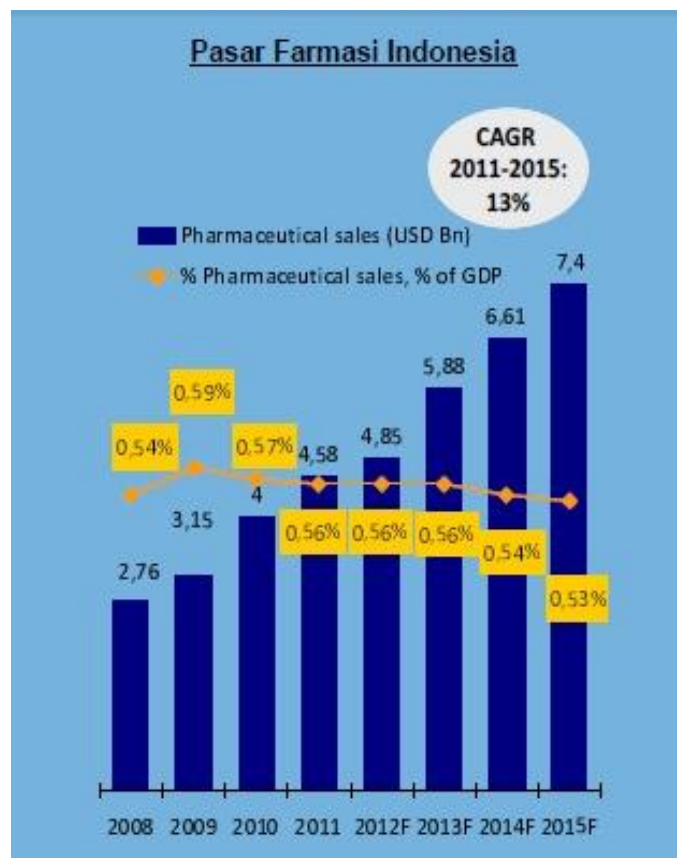
konsumen, sehingga konsumen yang merasa puas akan tetap loyal dan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain tentang perusahaan dan produk itu sendiri (Kotler dan Armstrong, 2009). Memahami pelanggan, memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan, membangun hubungan baik dengan pelanggan, serta melakukan pelayanan yang maksimal akan menciptakan suatu loyalitas pada pelanggan itu sendiri, sehingga dapat memberikan laba bisnis bagi perusahaan dalam jangka panjang. Sikap loyal pelanggan akan memberikan dampak yang positif terhadap perusahaan itu sendiri. Jika pelanggan memiliki keterikatan yang baik terhadap suatu produk atau jasa, maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut secara terus menerus. Dengan demikian, dapat meningkatkan penjualan produk dan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan.

PT. Sampharindo Perdana merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang farmasi yang memproduksi berbagai macam jenis dan bentuk obat dengan menggunakan berbagai teknologi yang canggih. PT. Sampharindo Perdana memiliki anak perusahaan yang bernama PT. Sampharindo Putra Trading yang bertugas untuk memasarkan produk-produk yang telah diproduksi PT. Sampharindo Perdana. Perusahaan yang semula bernama PT. Sekar Mirah Laboratories ini berlokasi di Jalan Tambak Aji Timur I nomor 1 Semarang dan mulai beroperasi pada tahun 1992. Dengan konsep pemastian mutu dan penerapan prosedur kerja serta kompetensi sumber daya sesuai persyaratan CPOB dan standar mutu ISO 9001:2008, PT. Sampharindo Perdana berkomitmen menghasilkan produk berkualitas dan kompetitif dalam memproduksi obat yang meliputi tablet, kaplet, kapsul, sirup, drop, suspensi dan sirup kering. Klasifikasi

obat yang dipasarkan oleh PT. Sampharindo Perdana adalah obat bebas terbatas dan obat *ethical*. Obat bebas terbatas merupakan obat yang sebenarnya termasuk dalam kategori obat keras namun dalam jumlah tertentu masih dapat dibeli tanpa resep dokter di apotik-apotik dengan tanda lingkaran biru beserta garis tepi berwarna hitam yang terdapat pada kemasan, sedangkan obat *ethical* merupakan obat yang hanya dapat dibeli dengan menggunakan resep dokter. Produk obat bebas terbatas dipasarkan di seluruh apotik-apotik, klinik dokter maupun bidan yang terdapat di seluruh Indonesia, sedangkan produk obat *ethical* dipasarkan hanya pada dokter, bidan, serta pihak-pihak yang berwenang dalam memberikan resep obat karena obat keras harus dalam pengawasan dan dosis tertentu dalam penggunaannya. Salah satu produk obat bebas terbatas yang menjadi produk unggulan PT. Sampharindo Perdana adalah Coparcetin.

Seiring dengan kecenderungan pertumbuhan penduduk yang terus meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun dan semakin tingginya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan, menyebabkan terjadinya peningkatan terhadap permintaan untuk akses terhadap obat-obatan yang aman dan efektif. Hal ini menyebabkan berkembangnya pasar farmasi dari waktu ke waktu. Pasar farmasi Indonesia memiliki potensi yang besar di masa depan, mengingat populasi penduduk negara Indonesia yang besar dan akan terus meningkat, serta fakta bahwa obat merupakan kebutuhan dasar setiap umat manusia. Pasar farmasi di Indonesia tumbuh dengan rata-rata 13% per tahun pada 2011-2015. Berikut merupakan data pertumbuhan pasar farmasi di Indonesia :

**Gambar 1. 1**  
**Pasar Farmasi Indonesia**  
**Periode 2008 – 2015**

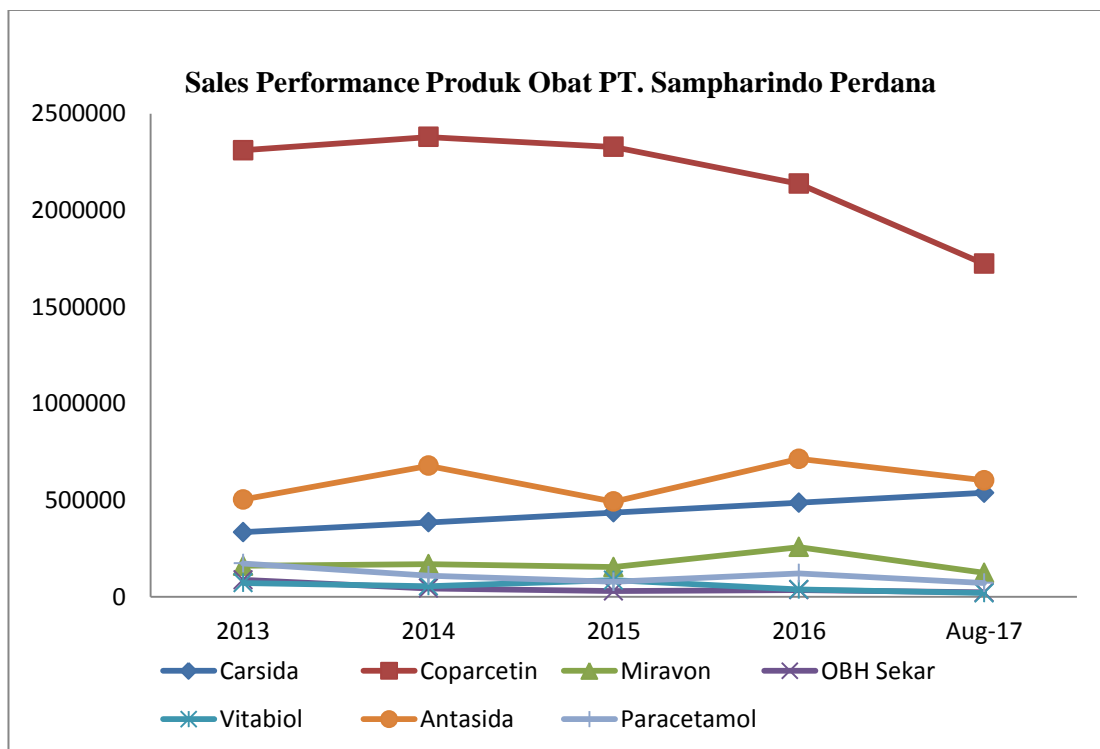


Sumber : Gabungan Perusahaan Farmasi, Business Monitor International :  
 Pharmaceutical & Healthcare Report 2015

Pada tahun 2013 pertumbuhan diperkirakan mencapai USD 5,88 miliar dan meningkat menjadi USD 6,61 miliar pada tahun berikutnya. Data tersebut menunjukkan bahwa produk farmasi di Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun ke tahun dan memiliki peluang untuk terus meningkat pada masa yang akan datang. Namun berdasarkan data yang diperoleh langsung dari

perusahaan, penjualan produk obat pada salah satu perusahaan farmasi yaitu PT. Sampharindo Perdana menunjukkan suatu penurunan penjualan. Berikut merupakan data grafik penjualan beberapa produk obat PT. Sampharindo Perdana:

**Gambar 1. 2**  
**Penjualan Produk Obat PT. Sampharindo Perdana**  
**Periode 2013 – Agustus 2017**



Sumber : Data PT. Sampharindo Perdana Tahun 2017

Coparcetin merupakan salah satu merek obat berbentuk sirup maupun kaplet yang diketahui sudah cukup familiar dan diminati di dunia farmasi Indonesia. Coparcetin berfungsi untuk membantu meredakan gejala batuk, hidung tersumbat, demam, dan sakit kepala. Efek samping yang ditimbulkan setelah mengkonsumsi obat Coparcetin adalah munculnya rasa kantuk, adanya masalah pada pencernaan, jantung terasa berdebar, serta sulitnya buang air kecil. Berdasarkan data yang berasal dari perusahaan, beberapa tahun terakhir ini

Coparcetin mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Hal tersebut terjadi seiring dengan semakin ketatnya persaingan pada perusahaan-perusahaan yang memproduksi obat-obatan yang memiliki manfaat yang sama seperti Coparcetin.

Adanya perbedaan antara data yang diperoleh dari GP Farmasi, *Business Monitor International* dengan data yang diperoleh langsung dari perusahaan menunjukkan bahwa meskipun pasar farmasi nasional dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, namun jika dilihat dari data grafik penjualan PT. Sampharindo Perdana dari tahun 2013-Agustus 2017 posisi produk Coparcetin mengalami penurunan. Berikut adalah data penjualan beberapa produk obat yang diproduksi oleh PT. Sampharindo Perdana dalam beberapa tahun terakhir :

**Tabel 1. 1**  
**Data Penjualan Produk Obat PT. Sampharindo Perdana**  
**Tahun 2013 – Agustus 2017**

No	Nama Produk (Brand)	TAHUN				
		2013	2014	2015	2016	Agustus 2017
1.	Carsida	334.650	385.646	388.010	422.293	315.584
2.	Coparcetin	2.311.741	2.380.178	2.328.800	2.138.540	1.724.155
3.	Miravon	160.900	169.066	154.250	257.467	124.156
4.	OBH Sekar	87.791	44.130	30.190	35.632	23.375
5.	Vitabiol	72.567	55.510	86.317	38.453	19.850
6.	Antasida	504.026	678.823	493.253	713.940	602.847
7.	Paracetamol	173.500	109.879	77.950	122.240	71.908

Sumber : PT. Sampharindo Perdana Tahun 2017

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa terjadi suatu fluktuasi dan kecenderungan menurun dalam beberapa tahun terakhir. Penyusutan penjualan produk Coparcetin yang cukup tajam terjadi pada tahun 2016 yang semula 2.138.540 menjadi 1.724.155 pada Agustus 2017. Hal ini disebabkan karena munculnya perusahaan-perusahaan farmasi yang memproduksi produk obat-obatan dengan berbagai merek dan variasi yang beragam. Persaingan yang ketat menyebabkan konsumen mendapat banyak pilihan produk di pasaran karena banyaknya produk obat yang beredar. Selain itu, faktor lain yang dapat menyebabkan terjadinya penurunan penjualan adalah munculnya berbagai praktek pengobatan alternatif yang berada di lingkungan masyarakat yang menyebabkan konsumen beralih menggunakan pengobatan alternatif. Sebagian masyarakat Indonesia masih percaya akan pengobatan alternatif dengan di iming-imingi berbagai jaminan kesembuhan yang belum teruji khasiatnya dan masih ilegalnya praktek-praktek pengobatan tersebut. Faktor keamanan seringkali tidak dihiraukan oleh konsumen karena pengobatan alternatif dinilai lebih murah dan tidak terlalu menimbulkan rasa sakit.

Fenomena penurunan penjualan selama beberapa tahun tersebut dapat terjadi dikarenakan PT. Sampharindo Perdana memasarkan produknya dengan bergantung pada distributor-distributor yang tersebar diberbagai wilayah di Indonesia, sehingga perusahaan hanya mengandalkan para distributor untuk menyalurkan produk agar sampai ke tangan konsumen. Pihak perusahaan dituntut untuk dapat menjalin hubungan yang baik dengan para distributor dan meningkatkan performa perusahaan agar segala hal yang menyebabkan penurunan penjualan dapat diketahui dan kemudian permasalahan dapat teratasi, sehingga

volume penjualan dapat meningkat. Dengan demikian, masalah yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah fenomena fluktuasi dan penurunan penjualan produk.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang terjadi, maka perlu dilakukan penelitian mengenai sejauh mana kualitas produk yang dimiliki produk obat Coparcetin akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada produk obat batuk Coparcetin. Sehingga, dapat dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Produk Obat Coparcetin di Semarang)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan data yang diperoleh dari Gabungan Perusahaan Farmasi *Business Monitor International*, pasar farmasi mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dari tahun ke tahun bahkan di prediksi akan terus meningkat pada masa yang akan datang seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia. Akan tetapi, data yang diperoleh dari perusahaan berbanding terbalik. Tabel 1.1 menunjukkan bahwa data penjualan produk obat Coparcetin mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Hal tersebut menunjukkan bahwa walaupun pasar farmasi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, namun volume penjualan produk obat Coparcetin mengalami penurunan. PT. Sampharindo Perdana sebagai produsen produk obat Coparcetin memerlukan suatu analisis yang menyebabkan terjadinya penurunan pada loyalitas pelanggan. Persaingan antar produsen farmasi dewasa ini menjadi sangat ketat, oleh karena

itu PT. Sampharindo Perdana dituntut untuk mengoptimalkan kualitas produk dan citra merek guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan sehingga mampu bersaing dengan para kompetitornya.

**Maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan produk obat Coparcetin ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan produk obat Coparcetin?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan produk obat Coparcetin?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk obat Coparcetin
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk obat Coparcetin
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk obat Coparcetin

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam mengambil keputusan dan menentukan kebijakan yang akan dilakukan perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

##### **2. Bagi Akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu acuan bagi penelitian berikutnya untuk dapat mengembangkan dan menyempurnakan kekurangan-kekurangan yang ada pada penelitian ini.

##### **3. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan penulis di bidang manajemen pemasaran.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bab sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah secara umum, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Bab ini memaparkan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis penelitian.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang variabel-variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan.

#### **BAB IV : HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang hasil dari objek penelitian yang dilakukan, analisis mengenai data serta pembahasan dari hasil penelitian.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran-saran yang diberikan dalam penelitian.