

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Pada potret masyarakat sekarang dengan tingkat aktivitas yang sangat tinggi, sering tidak memikirkan dan memperdulikan asupan kebutuhan gizi yang seimbang. Nutrisi makanan sehat dianggap belum dapat mencukupi dan memenuhi kebutuhan gizi yang diperlukan oleh tubuh tanpa mengkonsumsi susu. Hal tersebut membuat para pelaku usaha berfikir dan menyadari akan kebutuhan konsumen terhadap susu.

Dengan semakin banyaknya produk susu yang beredar di pasaran membuat persaingan semakin tajam dalam memasarkan produk. Perusahaan harus berupaya menghasilkan dan memproduksi barang yang berkualitas baik untuk dapat memuaskan konsumen yang sangat beragam dan selektif dalam memilih produk.

Perusahaan harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk menciptakan rasa kepuasan terhadap suatu produk serta menjadi konsumen yang loyal. Melihat besarnya kebutuhan masyarakat dan menyadari akan pentingnya susu sapi, PT NESTLE yang berdiri sejak tahun 1866 memproduksi berbagai macam makanan dan minuman, serta sereal dan susu yang salah satu diantaranya adalah Susu Bubuk Dancow Instant (*Full Cream*) yaitu

susu sapi yang kaya akan nutrisi dan dapat memenuhi kebutuhan gizi seimbang yang diperlukan oleh tubuh.

Perusahaan dituntut untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar produk yang dijual dapat bersaing dengan industri pabrik susu lainnya yang dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas produk yang tepat sehingga konsumen memiliki rasa puas dan loyal terhadap produk ini. Hal ini penting agar konsumen tidak mudah beralih yang dikarenakan keunggulan yang dimiliki oleh para pesaing.

Susu Dancow banyak dipilih untuk dikonsumsi oleh keluarga Indonesia dan dapat dikonsumsi untuk anak-anak usia 5 tahun ke atas sampai dengan usia dewasa. Karena banyaknya persaingan dari perusahaan lain yang muncul pada produk yang sama serta memiliki kualitas produk yang berbeda-beda, berdasarkan hal ini, penulis tertarik dan ingin melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Hubungan antara Kepuasan Konsumen Produk Susu Bubuk Dancow Instant (*Full Cream*) Dengan Loyalitas Konsumen ” Studi Kasus di Wilayah RW 08 Kelurahan Kelapa Dua Kebon Jeruk Jakarta Barat.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah yang telah dibahas, penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah yaitu sebagai berikut :

Persaingan antar merek yang semakin tajam,

1. Masih banyaknya konsumen yang berpindah-pindah merek,
2. Konsumen menginginkan produk yang berkualitas, dan
3. Produk yang ditawarkan pesaing lebih kompetitif.

### **C. Pembatasan Masalah**

Ruang lingkup penelitian ini perlu dibatasi agar penulis dapat lebih terarah dan mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis hanya membatasi penelitian pada analisis hubungan antara kepuasan konsumen produk susu bubuk dancow instant (*full cream*) dengan loyalitas konsumen pada wilayah RW 08 Kelurahan Kelapa Dua Kebon Jeruk Jakarta Barat.

### **D. Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas, dapat dirumuskan permasalahan yang telah diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana kepuasan konsumen produk susu dancow instant (*full cream*) ?
2. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen produk susu dancow instant (*full cream*) ?
3. Apakah ada hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen produk susu dancow instant (*full cream*) ?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan perumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kepuasan konsumen produk susu dancow instant (*full cream*).
2. Untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen produk susu dancow instant (*full cream*).
3. Untuk mengetahui hubungan kepuasan dengan loyalitas konsumen produk susu dancow instant (*full cream*).

### **F. Manfaat dan Kegunaan Penelitian**

Melalui penelitian yang dilakukan penulis, diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis menambah pengetahuan penulis mengenai kepuasan konsumen dilihat dari kualitas produk serta mempelajari cara mengukur loyalitas konsumen,
2. Bagi universitas sebagai sarana untuk memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan serta sebagai objek penerapan ilmu atau teori yang diperoleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Universitas Esa Unggul,

3. Bagi perusahaan penelitian ini dapat menjadi masukan dalam usahanya pada produk ini serta untuk mengembangkan kepuasan dan loyalitas konsumen pada kualitas produk.
4. Bagi peneliti yang lain dapat dijadikan referensi dan acuan apabila ingin meneliti dalam kajian yang sama.

### **G. Sistematika Penulisan**

Perlu dibuat suatu sistematika kerangka dasar secara menyeluruh dan sistematis menyangkut materi penulisan skripsi ini agar terjalin keterkaitan antara bab yang satu dengan bab yang lainnya untuk mempermudah pembahasan.

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

Dalam bab ini penulis menguraikan secara ringkas mengenai latar belakang permasalahan yang mendasari penulis untuk melaksanakan penelitian ini, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini diuraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, agar dapat menjawab permasalahan yang akan dibahas, kerangka pikir, dan hipotesis.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan dan pengolahan data, serta definisi operasional variabel.

### BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yang meliputi deskripsi PT. NESTLE dan deskripsi demografi responden.

### BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil penelitian mengenai analisis hubungan antara kepuasan konsumen produk susu dancow dengan loyalitas konsumen dan analisis pembahasan masalah tersebut.

### BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini sebagai bab terakhir dimana penulis akan memberikan kesimpulan dan saran atas uraian pada bab-bab sebelumnya sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan analisis data.