

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan proses dimana kita harus mampu mencukupi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk dan pelayanan yang berkualitas serta harga yang mampu bersaing. Pemasaran bisa dikatakan sebagai suatu perusahaan yang akan menjalankan tugasnya untuk keberhasilan bagi perusahaan yang nantinya bisa mencapai keuntungan atau menghasilkan laba. Pemasaran di setiap perusahaan berbeda-beda, ada yang memakai secara tradisional yang dilakukan dengan promosi dari mulut ke mulut. Pemasaran sangat penting untuk memajukan sebuah perusahaan yang nantinya juga akan membuat konsumen atau pelanggan merasa sangat puas dalam melakukan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller dalam Rozi,dkk (2018:128), Keputusan pembelian itu dimana konsumen membentuk preferensi di antara merek-merek yang ada dalam pilihan dan mungkin juga merupakan niat untuk membeli merek yang paling disukai. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono dalam Khasanah,Nurchahyo (2016:2) Kualitas pelayanan merupakan tindakan dalam pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen dan ketepatan saat penyampaian informasi kepada konsumen.

Pada sisi pemasaran, kualitas pelayanan yang baik memerlukan umpan balik dari pasien sehingga dapat dikembangkan dan mengetahui faktor-faktor yang dapat memenuhi keputusan pembelian konsumen yang bersangkutan sehingga apa yang menjadi misi serta tujuan perusahaan dapat dicapai.

Faktor yang tidak kalah penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah *Word of Mouth* (WOM). Menurut Hasan (2010:32), *Word of Mouth* adalah tindakan konsumen memberikan informasi kepada konsumen lain (antar pribadi) baik merek, produk maupun jasa. *Word of Mouth* memiliki keunggulan yang besar pada keputusan pembelian konsumen. Rekomendasi dari teman yang sudah dipercaya dan konsumen lain yang berpotensi untuk lebih dipercaya dibandingkan dari sumber yang lain misalnya iklan. Selain kualitas pelayanan dan WOM, harga juga merupakan variabel penting dalam keputusan pembelian oleh konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Budiatmo (2018:3), Harga adalah sejumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa. Harga harus dijaga agar tetap memberi keuntungan. Penetapan harga jual dilakukan untuk menyeimbangkan dan mencegah harga yang terlalu tinggi sehingga tidak dijangkau oleh masyarakat, serta menjamin pendapatan dari keuntungan yang diperoleh.

Persaingan bisnis dalam dunia kesehatan semakin kuat salah satunya yang terjadi pada sarana kesehatan terutama pada penjualan obat yang dilakukan oleh apotek. Menurut Permenkes Nomor 35 Tahun 2014 dalam Aditama (2016:1), Apotek merupakan salah satu tempat pelayanan kefarmasian yang dilakukan oleh Apoteker. Sebagaimana seorang Apoteker Penanggung Jawab Apotek harus memenuhi persyaratan, yaitu telah memiliki ijazah yang terdaftar pada Departemen Kesehatan yang telah mengucapkan Sumpah atau janji Apoteker serta harus memiliki STRA (Surat Tanda Registrasi Apoteker) dan memiliki Surat Izin Praktik Apoteker (SIPA) dari menteri untuk melakukan pekerjaan kefarmasian pada Apotek atau Instalasi Farmasi Rumah Sakit. Dapat diketahui bahwa apotek merupakan salah satu sarana penunjang kesehatan,

dimana apotek memiliki pelayanan kesehatan yang diselenggarakan secara sendiri atau bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan perorangan, keluarga dan masyarakat. Pelayanan kesehatan di Apotek membantu mewujudkan tercapainya derajat kesehatan yang optimal bagi masyarakat, selain itu sebagai salah satu tempat pengabdian dan praktek profesi dalam melakukan pekerjaan kefarmasian.

Menurut Undang-undang Nomor 36 Tahun 2009 dalam Umbara (2012), Kesehatan adalah keadaan sehat, baik secara fisik, mental, spiritual maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif secara sosial dan ekonomis. Peningkatan kesehatan tidak akan seimbang jika ketersediaan obat-obatan kurang memadai dan sulit di dapat.

Setiap konsumen, termasuk pasien di apotek menginginkan mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan apa yang diinginkannya. Pasien yang datang ke apotek kebanyakan menginginkan obat yang manjur, aman, murah dan disertai dengan pelayanan yang ramah dan cepat ketika membeli obat. Artinya bahwa konsumen atau pasien mempunyai kesempatan yang sama untuk melakukan *switching* dari satu apotek ke apotek lain. Pada pelayanan kefarmasian semakin terus berkembang, tidak hanya pada penyiapan obat dan penyerahan obat pada pasien, dengan melaksanakan pelayanan secara menyeluruh oleh tenaga farmasi. Sehingga pada pelayanan kefarmasian, diharapkan bagaimana cara memberikan manfaat bagi pasien dalam memberikan atau menyampaikan informasi obat secara menyeluruh seperti *understanding* paham atau tidak apa yang telah disampaikan, berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti. Serta memahami kebutuhan, tata krama bersikap sopan santun ramah dalam menyampaikan informasi, dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada pasien.

Dalam bidang jasa pelayanan Apotek persaingan dalam dunia bisnis akan semakin kuat. Mereka bersaing untuk menunjukkan keunggulannya dengan berbagai cara yang ditonjolkan seperti kebersihan, layanan selama 16 jam, harga yang murah dan masih banyak fasilitas-fasilitas lain yang ditawarkan oleh pihak Apotek. Keberhasilan suatu Apotek tergantung dari pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan pasien. Terciptanya keputusan pembelian yang baik dapat memberikan manfaat bagi perusahaan diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pasien menjadi harmonis serta membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Apotek Adam adalah salah satu apotek yang ada Wage di Jalan Ratu Ayu No.06 Taman Sidoarjo yang didirikan pada tahun 2009 dan Apotek Adam ini memiliki cabang yang diberi nama Apotek Millata di Jalan Tropodo 1/89 A yang didirikan pada tahun 2014. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan di Apotek Adam ada beberapa konsumen yang sering mengeluh tentang harga obat yang seringkali mengalami kenaikan, namun tidak disertai pelayanan yang optimal. Namun dengan kondisi tersebut apotek adam masih tetap ramai dikunjungi oleh konsumen yang akan membeli obat. Hal ini dikarenakan strategi pemasaran yang ada di Apotek Adam melalui *Word of Mouth* berjalan dengan baik.

Oleh karena peneliti tertarik melakukan penelitian di apotek Adam, untuk meneliti pengaruh variabel harga, kualitas pelayanan, *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Maka diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Obat Di Apotek Adam Wage Sidoarjo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut maka dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Adam Wage Sidoarjo?
2. Apakah variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Adam Wage Sidoarjo?
3. Apakah variabel Word of Mouth berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Adam Wage Sidoarjo?
4. Apakah variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Adam Wage Sidoarjo?
5. Harga, Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* (WOM) manakah yang paling dominan terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Adam Wage Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah, sehingga diperoleh tujuan dari penelitian yang dilakukan, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Adam Wage Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Adam Wage Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Adam Wage Sidoarjo.

4. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* (WOM) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Adam Wage Sidoarjo.
5. Untuk mengetahui pengaruh paling dominan pada variabel Harga, Kualitas Pelayanan *Word of Mouth* (WOM) terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Adam Wage Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat baik secara akademis, teoritis maupun teknis, adalah sebagai berikut :

1. Secara Aspek Akademis

Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Apotek Adam Wage Sidoarjo dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pasien yang akan membeli obat.

2. Secara Aspek Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengaruh bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada mahasiswa jurusan manajemen pemasaran mengenai keputusan pembelian obat di tempat sarana kesehatan terutama apotek.

3. Secara Aspek Teknis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi objek penelitian menurut Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya agar dapat digunakan pimpinan dalam pengambilan keputusan.