

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era yang modern ini, kebugaran atau kesehatan dan pengelolaan berat badan menjadi faktor utama dalam membuat penampilan menjadi lebih menarik. Persaingan dalam dunia bisnis terjadi hampir di semua bidang. Persaingan yang kompetitif salah satunya terjadi di dalam dunia nutrisi kesehatan. Hal ini menjadi tantangan bagi perusahaan untuk mengeluarkan produk terbaik untuk memenuhi permintaan konsumen. Banyak perusahaan yang menawarkan produk nutrisi harian berupa susu bubuk atau cair untuk membantu menjaga keseimbangan berat badan. Di Indonesia, terdapat beberapa banyak merek suplemen kesehatan yang beredar di pasaran.

Berbagai macam merek divariasikan lagi dengan berbagai macam bentuk, seperti rasa dan harga semua dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk nutrisi kesehatan. Suplemen kesehatan memiliki banyak definisi. Di ASEAN, nutrisi kesehatan atau produk kesehatan didefinisikan sebagai produk yang dimaksudkan untuk melengkapi kebutuhan nutrisi, memelihara, meningkatkan atau meningkatkan fungsi kesehatan, dan mengandung satu atau lebih vitamin, mineral, dan asam amino atau bahan lain (berasal dan tumbuhan atau bukan tumbuhan) yang memiliki nilai gizi dan efek fisiologis yang tidak dimaksudkan sebagai bahan pangan.

Produk nutrisi kesehatan ini berkembang dengan baik karena masyarakat modern yang tinggal di kota besar tidak punya banyak waktu untuk memikirkan kesehatannya. Sebagian besar dunia milik masyarakat modern dihabiskan untuk melakukan pekerjaan sehingga kegiatan lain terbengkalai. Salah satu dampak negatif dari gaya hidup yang tidak seimbang pada masyarakat saat ini adalah pemilihan nutrisi yang masuk ke dalam tubuh. Masyarakat saat ini lebih banyak mengonsumsi makanan siap saji yang banyak mengandung karbohidrat dan lemak, namun kekurangan zat gizi lainnya. Kebiasaan makan seperti itu menyebabkan kekurangan nutrisi lain dalam tubuh, seperti serat, protein, asam amino, dll. Makanan yang kaya

karbohidrat dan lemak yang dikonsumsi secara terus menerus akan menyebabkan penyakit berbahaya, salah satunya adalah obesitas.

Obesitas dapat menyebabkan berbagai penyakit berbahaya dan meningkatkan jumlah kematian akibat penyakit jantung dan pembuluh darah, diabetes, dan beberapa jenis kanker. Jumlah kematian akibat beberapa penyakit tersebut pada penderita obesitas lebih tinggi dibandingkan pada pasien dengan berat badan normal. Untuk itu perlu dilakukan perubahan pola makan dan peningkatan aktivitas fisik. Selain itu, diperlukan perubahan perilaku untuk mengatasi masalah psikologis terkait berat badan melalui konseling dan *support group*. Menurunkan berat badan, bahkan dalam jumlah kecil, dan mempertahankannya dapat mengurangi risiko komplikasi penyakit terkait obesitas. Terjadinya obesitas disebabkan oleh gaya hidup yang tidak sehat, pola makan yang tidak terjaga, terlalu sering memakan makanan cepat saji, serta aktivitas yang pada sehingga banyak yang beralasan tidak adanya waktu untuk melakukan olahraga.

Salah satu cara untuk menjaga kesehatan adalah dengan mengonsumsi nutrisi sehat yang terbuat dari bahan alami atau disebut juga dengan herbal. Herba atau herbal ialah sesuatu yang diciptakan alam yang bermanfaat sebagai suplemen untuk mengembalikan fungsi dari kinerja organ tubuh yang sudah menurun produktifitasnya serta belum tersentuh produk-produk kimia atau zat sintetis sejenis lainnya, sehingga aman untuk digunakan sehingga produk herbal tidak memiliki kadaluarsa. Produk herbal umumnya menyelaraskan kembali seluruh fungsi dari tubuh manusia sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan karena herbal memiliki kemampuan untuk memperbaiki sistem pada tubuh manusia dan dapat bekerja pada seluruh sel maupun molekul pada bagian yang membutuhkan saja sedangkan sisanya akan dibuang melalui urine dan saluran pembuangan lainnya dan tidak disimpan dalam tubuh.

Alasan untuk menjadi lebih sehat dan mencegah berbagai jenis penyakit serius mendorong populasi global mencari cara praktis untuk menjadi sehat dalam waktu singkat. Produk kesehatan yang berasal dari bahan alami atau sintetis berebut pangsa pasar. Kehadiran beberapa merek dalam kategori yang sama meningkatkan daya saing dan memotivasi produsen untuk menyusun rencana pemasaran yang efektif guna meningkatkan penjualan dan memenangkan pasar.

Herbalife, *Milea*, *Nutrilite*, *K-Link*, dan *Tiens* adalah merek-merek nutrisi kesehatan yang beredar di pasar Indonesia. Merek-merek tersebut merupakan produk nutrisi kesehatan yang dijual secara langsung tanpa menggunakan iklan di media-media *mainstream* untuk mempromosikan produk mereka. Kekuatan mereka berada pada agen penjual dalam mempromosikan produk mereka agar dikenal oleh masyarakat secara luas dan menaikkan penjualan. Namun, belakangan *Herbalife Nutrition* dikenal oleh masyarakat secara luas sebagai susu diet dan bersaing dengan merek-merek seperti *WRP*, *Diabetasol*, *Hilo*, *L-Men* dan *Tropicana Slim*.

Herbalife Nutrition masuk ke dalam kategori susu diet dalam survei *Top Brand Index* yang dilakukan oleh Majalah *Marketing* dan *Frontier Consulting Group*. Diantara merek-merek yang ada, *Herbalife Nutrition* menjadi satu-satunya merek yang melakukan penjualan secara langsung dan tidak menggunakan iklan dalam pemasaran mereka. Bahkan, produk-produk nutrisi kesehatan *Herbalife Nutrition* hanya bisa didapatkan melalui *Herbalife Nutrition Independent Distributor* dan tidak bisa dibeli di toko atau supermarket secara komersil. Penjualan secara langsung ini bisa menjadi sebuah keuntungan bagi *Herbalife Nutrition* karena dalam menyampaikan pesan-pesan pemasaran tidak terhalang oleh media dan bisa mempersuasi secara langsung kepada konsumen.

Top Brand Award dalam sub kategori nutrisi susu penurunan berat badan ada beberapa produk, diantaranya yaitu dengan merek *WRP*, *Tropicana Slim*, *Entrasol*, *Diabetasol*. *Tropicana Slim* unggul dalam produk kadar lemak yang rendah mencegah terjadinya penambahan berat badan. Begitu juga dengan produk *Herbalife* yang unggul dalam membentuk tubuh yang ideal, dapat dikonsumsi bagi setiap kalangan usia dari remaja sampai usia dewasa yang dapat memiliki peran ganda dalam menjaga organ vital, memberi vitamin bagi tubuh, dan sebagainya. Survei yang dilakukan oleh *Herbalife*, *Herbalife* berhasil menduduki peringkat ke- lima *Top Brand Index* (TBI) tahun 2019 dengan kategori susu diet khusus. Hasil survey disajikan pada tabel 1.1.

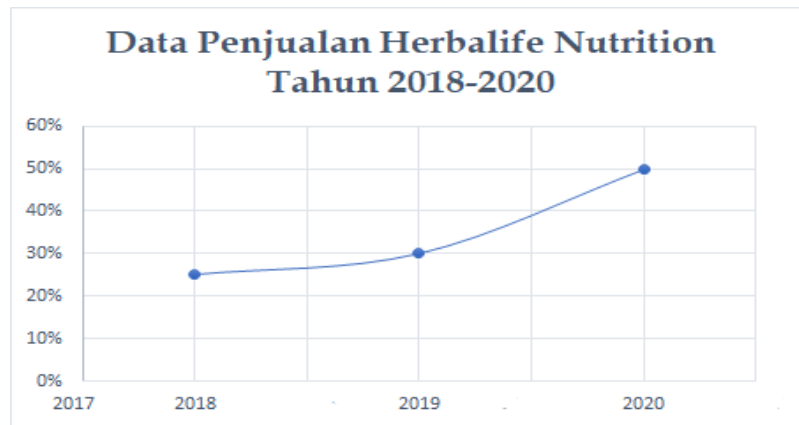
Tabel 1.1

Data Top Brand Index (TBI) pada tahun 2019-2020

TBI (%)			
No	Merek	2019	2020
1.	WRP	42,1%	40,6%
2.	Tropicana Slim	59,4%	73,6%
3.	Diabetasol	24,2%	35,1%
4.	Entrasol	21,3%	23,6%
5.	Herbalife	33,9%	35,4%

Sumber : www.topbrand-award.com.2020

Herbalife selalu dapat memberikan tingkatan penjualan yang signifikan, dimana yang diketahui bahwa produk Herbalife ini adalah produk susu diet yang memiliki kualitas baik. Pada tabel 1.1, peningkatan top brand yang dimiliki oleh Herbalife pada tahun 2019 menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen akan produk herbalife sudah diakui oleh konsumennya. Merek menunjukkan identitas produk yang berhubungan dengan promosi suatu produk dan kualitas produk di benak konsumen. Dari segi harga, produk Herbalife dapat dikatakan memiliki harga yang relatif tinggi dibandingkan dengan kelima produk sejenis lainnya. Produk Herbalife dijadikan sebagai makanan sehat pengganti terbaik untuk dikonsumsi namun dari berbagai produk-produk tersebut *Nutrition Shake Mix* lah yang unggul dalam penjualannya, dan berikut persentase data penjualan produk herbalife nutrition.



Gambar 1.1 Grafik Penjualan

Sumber : www.herbalife.co.id

Produk Herbalife menunjukkan bahwa data penjualan pada gambar 1.1 di tahun 2018 sampai tahun 2020 mengalami kenaikan. Pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebanyak 25%, pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebanyak 30% dan pada tahun 2020 mengalami peningkatan yang relatif tinggi dengan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 50% (Sumber Hasil Wawancara dengan Owner). Dengan mengalami kenaikan penjualan hal ini menjadikan produk Herbalife nutrisi banyak diminati oleh para konsumen karena memiliki manfaat untuk kesehatan. Dalam suatu produk, kualitas merupakan salah satu faktor utama yang paling menentukan naik atau turunnya penjualan dalam perusahaan (www.herbalife.co.id). Oleh karena itu, perusahaan harus meningkatkan citra merek produk untuk memenangkan persaingan dipasar. Konsumen yang memiliki citra merek yang positif terhadap suatu merek akan lebih memungkinkan untuk melakukan ulang pembelian.

Herbalife juga mengadakan promosi yang dapat menarik konsumennya dan terdapat banyak cara bentuk promosi yang dilakukan. Promosi dapat dilakukan melalui *online* maupun *offline* merupakan kegiatan mengkomunikasikan dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Herbalife juga melakukan berbagai promosi yang dapat menarik minat konsumen dalam penjualannya dilakukan promosi dengan cara mendapatkan berupa potongan

harga, kupon, percobaan gratis, dan hadiah loyalitas bagi pelanggan herbalife.

Harga juga menjadi salah satu elemen yang sangat penting, karena sebuah harga yang sudah ditentukan oleh perusahaan akan berpengaruh kepada konsumen dalam membelinya. Termasuk produk herbalife juga sudah ditetapkan harga khusus bagi pelanggannya. Meskipun harga produk herbalife sedikit mahal masih tetap dicari oleh para konsumennya karena sudah terbukti bahwa dari produk herbalife adalah produk yang terbuat dari bahan herbal dan alami juga memiliki banyak manfaat dan kegunaannya.

Harga yang telah diberikan perusahaan untuk produk herbalife sudah sesuai dengan kualitas dan manfaat yang terkandung dalam herbalife. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari suatu yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Herbalife merupakan produk yang banyak diminati oleh masyarakat dan memiliki minat beli yang tinggi dari konsumen. Kualitas produk yang bagus dari herbalife membuat konsumen memutuskan untuk pembelian ulang produk herbalife. Produk herbalife juga memiliki banyak keunggulan selain bisa digunakan sebagai produk diet, produk herbalife juga dapat dikonsumsi untuk kesehatan badan.

Dari fenomena diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan fenomena diatas sebagai topik penelitian ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBALIFE NUTRITION DI GHIDZA CLUB CIBINONG.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Terjadinya persoalan yang ada, maka dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Terdapat persaingan yang ketat dalam bidang industri susu nutrisi sejenis sehingga konsumen memiliki banyak pilihan untuk mencari dan membeli susu nutrisi yang sesuai kebutuhan mereka.
2. Adanya keluhan konsumen mengenai kualitas *produk Herbalife Nutrition* yang kurang baik menyebabkan konsumen merasa tidak puas dan tidak minat untuk

membeli.

3. Masih adanya pelanggan yang mengeluh dikarenakan tingkat kepuasan pelanggan yang didapatkannya masih kurang.
4. Masih banyaknya komplain yang dilakukan oleh pelanggan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan di Ghidza Club Cibinong.
5. Adanya penawaran harga yang sangat bersaing dalam bidang industri susu nutrisi sejenis sehingga membuat konsumen berfikir kembali untuk memilih produk mana yang akan mereka beli.

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Ghidza Club Cibinong menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga produk terhadap keputusan pembelian produk *Herbalife Nutrition* di Ghidza Club Cibinong. Penelitian ini lakukan hanya pada konsumen yang mengkonsumsi *Herbalife Nutrition* di wilayah Cibinong.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Herbalife Nutrition* di Ghidza Club Cibinong?
2. Apakah secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada konsumen *Herbalife Nutrition* di Wilayah Cibinong (Ghidza Club)?
3. Apakah secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada konsumen *Herbalife Nutrition* di Wilayah Cibinong (Ghidza Club)?

4. Apakah secara parsial Harga Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada konsumen *Herbalife Nutrition* di Wilayah Cibinong (Ghidza Club)?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen *Herbalife Nutrition* di Wilayah Cibinong (Ghidza Club).
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen *Herbalife Nutrition* di Wilayah Cibinong (Ghidza Club).
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen *Herbalife Nutrition* di Wilayah Cibinong (Ghidza Club).
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen *Herbalife Nutrition* di Wilayah Cibinong (Ghidza Club).

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya yang berhubungan dengan produk nutrisi kesehatan.
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produk, dan keputusan pembelian.
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen pemasaran.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.