

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Trend penggunaan obat herbal untuk menjaga kesehatan, saat ini semakin marak. Banyak masyarakat yang memilih terapi herbal, dengan alasan bebas dari bahan-bahan kimiawi dan minim efek samping. Tidak mengherankan, jika sekarang klinik pengobatan herbal, toko-toko obat herbal, bahkan dokter yang menyebutkan dirinya dokter herbal mulai bermunculan. Persaingan bisnis obat herbal pun semakin tinggi. Banyak alasan mengapa obat dengan bahan alam ini kembali dilirik, salah satunya adalah perubahan lingkungan hidup, perilaku manusia dan perkembangan pola penyakit.

Das *et al.*, (1998) dalam Lendra (2016) memberikan definisi atau pengertian kepercayaan (*trust*) sebagai derajat di mana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi yang berubah ubah dan beresiko. Partisipasi adalah keterlibatan seseorang dalam suatu kegiatan tertentu. Dalam konteks e-commerce, partisipasi diukur dengan banyaknya konsumen dalam melakukan transaksi (Kim et al., 2003b). Partisipasi sangat ditentukan oleh kepercayaan terhadap rekanan, media, atau lainnya yang terlibat dalam suatu kegiatan. Partisipasi dalam e-commerce akan tumbuh dengan baik apabila penjual mampu menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh konsumen. Ketika konsumen merasakan bahwa penjual telah menjaga dengan baik kepercayaan yang diberikan, maka konsumen dengan senang hati akan terus meningkatkan partisipasinya. Bahkan dalam situasi

tertentu, konsumen akan mengajak atau memberitahukan kepada rekannya untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.

Schiffman dan Kanuk (2007, p485) keputusan adalah seleksi antara dua pilihan atau lebih. Dengan kata lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang untuk mengambil keputusan.

Kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika Emosi yang mengelilingi harapan yang tidak cocok di lipat gandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk dalam ingatan pelanggan tentang pengalaman pengonsumsian (Oliver 2000; dalam Peter dan Olson, 2009:157))

Sebelum memutuskan untuk membeli obat, konsumen akan melalui beberapa tahap seperti pengenalan masalah atau gejala penyakit, kemudian menemukan informasi yang sesuai pada indikasi obat, dan mengevaluasi alternatif untuk obat ini di pasar, dan akhirnya memutuskan bahwa yang tepat yang akan digunakan. Setelah membeli obat, maka konsumen akan mengevaluasi harapan terhadap obat yang dipilih dan diwujudkan dalam bentuk perasaan puas atau tidak puas (Gerson, 2002;. Kotler et al, 2005.

Peter dan Olson, 2002; Sridhar, 2007. Konsumen yang memiliki keterlibatan tinggi akan termotivasi untuk membuat keputusan yang tepat, untuk meminimalkan risiko dan memaksimalkan keuntungan (Setiadi, 2003; Sridhar, 2007). Gore *et al.* pada tahun 1995 melakukan penelitian tentang keterlibatan konsumen dalam membeli tanpa resep obat-obatan, di mana hasil studinya menggambarkan keterlibatan yang tinggi dari konsumen mencari informasi dan evaluasi merek obat non-resep yang mereka butuhkan. Konsumen yang beralih ke berbagai sumber informasi untuk membantu memecahkan masalah yang terkait dengan obat digunakan. Untuk menentukan obat non-resep yang paling cocok untuk kondisi mereka,

konsumen mengandalkan pada sumber-sumber informasi berikut, seperti iklan, internet dan orang-orang. Secara umum, sebagian besar konsumen mendapatkan informasi tentang produk dari sumber komersial, jenis sumber didominasi oleh pemasar. Namun, informasi yang paling efektif berasal dari sumber-sumber karena kelebihanannya dibandingkan dengan sumber informasi lain adalah untuk membantu konsumen memahami informasi yang berkaitan dengan produk dengan penjelasan biasa, evaluasi dan individualisasi informasi yang bersangkutan (Gore *et al.*, 1995, Kotler *et al.*, 2005). Keberhasilan informasi akan tergantung pada kredibilitas sumber yang memberikan informasi tentang produk ini. Kredibilitas sumber informasi dapat diartikan sebagai berapa banyak konsumen untuk melihat sumber pengetahuan, keterampilan atau pengalaman yang relevan dan sumber terpercaya untuk memberikan berisi dan Tujuan (Negara, 2004). Oleh karena itu sumber informasi dengan kredibilitas tinggi akan mempengaruhi konsumen saat memutuskan untuk membeli obat

Berdasarkan latar belakang tersebut maka tujuan penelitian ini akan meneliti tentang hubungan kepercayaan, dan keterlibatan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada suatu produk melalui keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen yang sudah pernah atau baru pertama kali di toko obat China Ban Tjie Tong Surabaya yang menyediakan obat-obat tradisional China.

Toko obat China Ban Tjie Tong merupakan obat tradisional China pertama yang ada di Surabaya yang bertempat di jalan Jagalan yang bisa menghubungkan kawasan Undaan dan kawasan Tugu Pahlawan. Keuntungan jalan Jagalan ini banyak dilalui banyak orang sehingga orang memperhatikan tulisan China yang ada di papan toko pedagang obat tradisional China.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka secara spesifik permasalahan penelitian ini adalah:

1. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh pada keputusan pembelian CTM di toko obat China Ban Tjie Tong yang ada di Surabaya?
2. Apakah keterlibatan konsumen berpengaruh pada keputusan pembelian CTM di toko obat China Ban Tjie Tong yang ada di Surabaya?
3. Apakah keputusan pembelian CTM memediasi pengaruh kepercayaan konsumen pada kepuasan konsumen di toko obat China Ban Tjie Tong yang ada di Surabaya?
4. Apakah keputusan pembelian CTM memediasi pengaruh keterlibatan konsumen pada kepuasan konsumen di toko obat China Ban Tjie Tong yang ada di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka secara spesifik tujuan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui apakah kepercayaan konsumen berpengaruh pada keputusan pembelian CTM di toko obat China Ban Tjie Tong yang ada di Surabaya.
2. Mengetahui apakah keterlibatan konsumen berpengaruh pada keputusan pembelian CTM di toko obat China Ban Tjie Tong yang ada di Surabaya

3. Mengetahui apakah keputusan pembelian CTM memediasi pengaruh kepercayaan konsumen pada kepuasan konsumen di toko obat China Ban Tjie Tong yang ada di Surabaya.
4. Mengetahui apakah keputusan pembelian CTM memediasi pengaruh keterlibatan konsumen pada kepuasan konsumen di toko obat China Ban Tjie Tong yang ada di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat:

1. Bagi toko obat China Ban Tjie Tong yang ada di Surabaya dapat memberikan sumbangan informasi untuk dapat menjaga standarsasi mutu obat tradisional yang di hasilkan. Agar perilaku konsumen terhadap obat tradisional China dapat memberikan dampak yang bagus dan lebih banyak orang yang membeli obat tradisional China. Sehingga terasa manfaatnya bagi penjual toko obat China.
2. Bagi Ilmu Pengetahuan hasil penelitian ini di harapkan dapat membantu meningkatkan Ilmu Pengetahuan tentang Ritel yang menjual obat tradisional China khususnya pada kepercayaan dan keterlibatan konsumen yang merupakan perilaku konsumen terhadap suatu produk yang mereka anggap memiliki resiko yang tinggi dan mereka berangapan produk tersebut bukan murni tradisonal karena penjual hanya mementingkan finansialnya saja daripada kemurnian obat tradisional.
3. Bagi Peneliti hasil Penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi bagi Penelitian lebih lanjut tentang obat tradisional China atau sering di sebut TCM di dalam konteks Ritel.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab 1: PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan umum tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi yang berisi penjelasan singkat tentang bab-bab skripsi yang di tulis.

Bab 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini berisi teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang di bahas, penelitian terdahulu, hipotesis dan model analisis.

Bab 3: METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari desain penelitian, indentifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik analisis data dan prosedur pengujian hipotesis.

Bab 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari deskripsi data, analisis data dan pembahasan.

Bab 5: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari skripsi yang berisi simpulan dan saran sebagai masukan bagi toko obat tradisional China dan klinik berobat maupun bagi penelitian selanjutnya.