

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan yang bergerak di bidang penjualan laptop saat ini sudah sangat banyak terutama di Batam, tetapi nama perusahaan juga tidak selalu menjamin akan mudah mendapatkan kepercayaan dari pihak konsumen. Konsumen dan pihak mitra bisnis adalah dua sumber yang sangat penting didalam suatu bisnis purnajual. Konsumen biasanya akan lebih tertarik membeli produk apabila penjualnya melakukan kualitas pelayanan dengan baik. Dengan memahami proses pembelian, apa yang konsumen butuhkan, apa yang konsumen cari dan pihak mitra bisnis bisa memenuhinya maka kualitas pelayanannya menjadi baik. Jika pelayanan yang diberikan buruk maka perusahaan bisa mendapatkan nilai tidak baik di mata konsumennya, sebaliknya juga apabila pelayanan yang diberikan baik maka perusahaan bisa mendapatkan nilai tambah di mata konsumen sehingga bisa meningkatkan penjualannya dan menguntungkan pihak perusahaan. (Aswad et al., 2018)

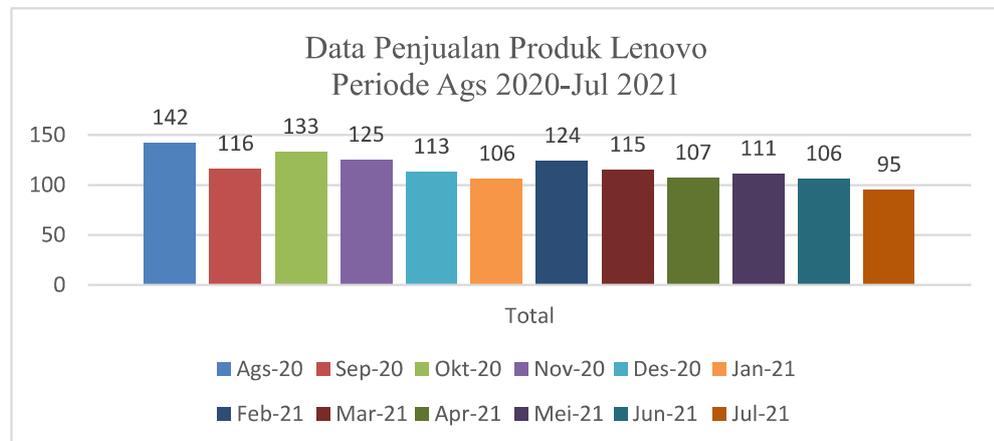
Guna menarik perhatian pelanggan ekuitas merek juga menjadi hal yang sangat penting karena apabila merek yang dipasarkan merupakan merek yang cukup dikenal dikalangan masyarakat maka bisa meningkatkan penjualannya juga. Ekuitas merek bagi perusahaan adalah bagaimana pandangan konsumen akan suatu produk tersebut, atau ketika mereka melihat suatu produk tertentu dan kemudian mereka langsung ingat dengan ekuitas mereknya. (Tobing & Ngatindriatun, 2019)

Seiring berjalannya waktu, masyarakat lebih selektif dalam memilih suatu produk karena mereka harus melihat dari kualitas produk nya, apakah produk yang akan dibelinya memiliki tanggapan yang baik dari konsumen lain atau justru sebaliknya. Meski sebagian konsumen menganggap produk yang mahal adalah produk yang baik dan yang murah memiliki kualitas produk yang buruk, tetapi tanggung jawab perusahaan adalah tetap bisa memasarkan produknya. Jika perusahaan sudah mampu melakukan hal ini maka mereka sudah dapat memuaskan dan meningkatkan jumlah konsumen. (Meutia, 2017)

Kepuasan konsumen adalah tingkat keberhasilan yang bisa dirasakan oleh perusahaan apabila konsumen melakukan respon yang positif terhadap produk yang dibelinya. Hal ini juga berhubungan dengan harapan, keinginan dan kebutuhan pelanggan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan dan berujung pada pembelian selanjutnya. Selain kepuasan kekecewaan juga bisa timbul dari seorang konsumen yakni apabila produk yang dibelinya tidak sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh konsumen tersebut. Terciptanya kepuasan pelanggan bisa membuat hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan. (Tresiya et al., 2018)

PT. Kristal Komputerindo Perkasa yang bergerak dibidang penjualan dan *service* laptop yang berlokasi di Komplek Galaksi Blok A no 9-10 merupakan perusahaan yang berdiri pada tahun 2014 dan memiliki rata-rata konsumen perhari bisa mencapai kisaran 7 orang dan 130 konsumen dalam sebulan. Berikut ini adalah data penjualan produk Lenovo PT. Kristal Komputerindo Perkasa selama Ags 2020-Jul 2021:

Gambar 1.1 Data Penjualan Produk Lenovo Periode Ags 2020-Jul 2021

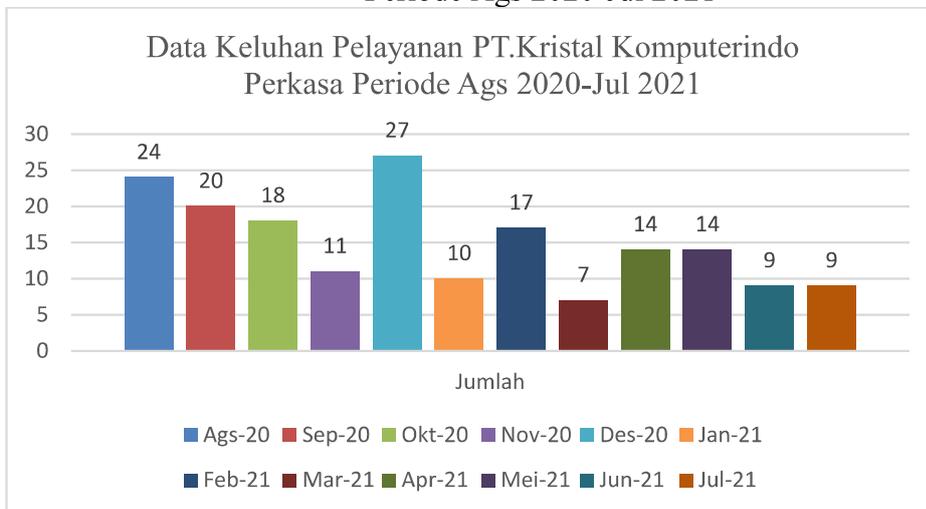


Sumber: PT. Kristal Komputerindo Perkasa

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas dapat kita lihat bahwa penjualan produk Lenovo di PT. Kristal Komputerindo Perkasa ini cenderung mengalami banyak penurunan dengan penjualan paling menurun terjadi pada bulan September 2020 sebanyak 26 unit laptop.

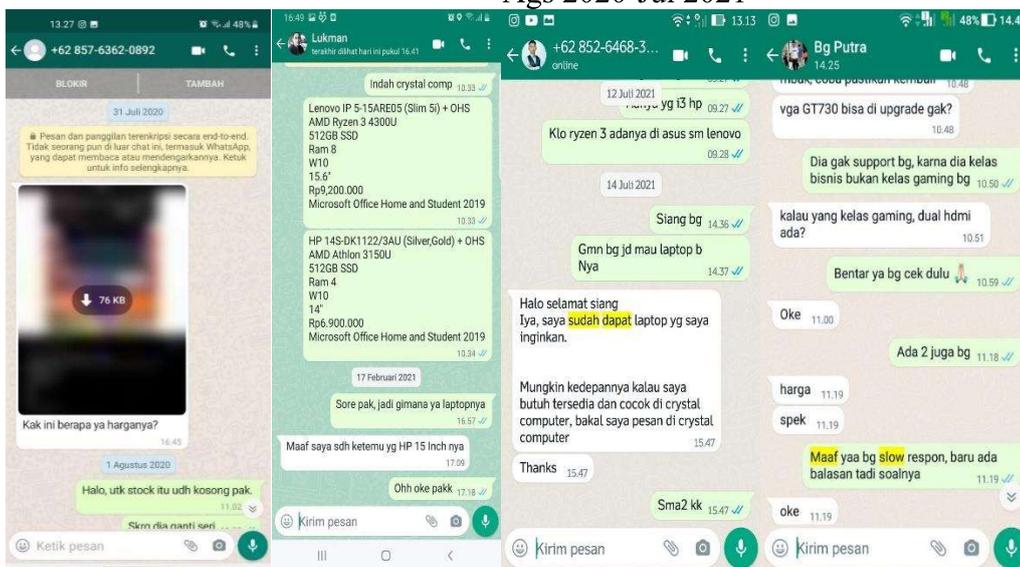
Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis terdapat permasalahan yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan ini pada PT. Kristal Komputerindo Perkasa yaitu diduga karena kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan dari pihak perusahaan. Contohnya seperti masih kurangnya kecepatan respon penjual dalam membalas pertanyaan konsumen melalui Whatsapp, sehingga membuat mereka memutuskan membeli di tempat lain, atau kurangnya pelayanan pada saat menjual produk, misalnya saat ditanyakan ketersediaan barang penjual mengatakan barang tersedia tetapi saat akan di antar ke konsumen ternyata barang nya sudah kosong. Berikut ini adalah data keluhan konsumen PT. Kristal Komputerindo Perkasa Periode Ags 2020-Jul 2021 atas kurangnya kualitas pelayanan.

Gambar 1.2 Data Keluhan Pelayanan PT. Kristal Komputerindo Perkasa Periode Ags 2020-Jul 2021



Sumber: PT. Kristal Komputerindo Perkasa

Gambar 1.3 Data Keluhan Pelayanan PT. Kristal Komputerindo Perkasa Periode Ags 2020-Jul 2021



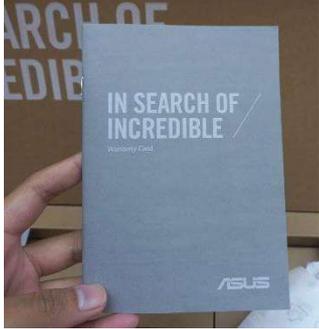
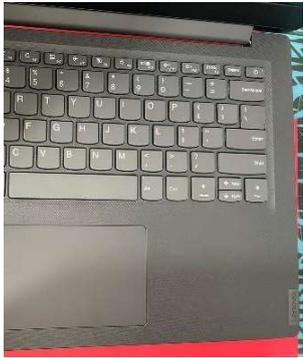
Sumber: PT. Kristal Komputerindo Perkasa

Permasalahan selanjutnya yaitu pada ekuitas merek yang menjadi tambahan nilai yang diberikan kepada suatu produk Lenovo yang dipasarkan di PT. Kristal Komputerindo Perkasa, misalnya produk Thinkbook Lenovo yang memiliki garansi hanya 1 tahun sedangkan merek lain garansi nya hingga 2 tahun hal ini membuat ekuitas merek dari Lenovo menjadi kalah saing. Berikut ini adalah tabel

mengenai ekuitas merek Lenovo dan Asus pada PT. Kristal Komputerindo Perkasa

Tabel 1.1 Ekuitas Merek Lenovo dan Asus Pada PT. Kristal Komputerindo Perkasa

Kelebihan (Features)	Lenovo Thinkbook	Asus Vivobook
Harga	Rp. 8.800.000	Rp. 8.900.000
Memori	256 SSD	256 SSD
Prosesor	Intel Core i3 1005G1	Intel Core i3 1135G7
Ram	4GB	4GB
Bahan	Plastik 	Aluminum 
Garansi	1 Tahun 	2 Tahun 

	 <p>KARTU GARANSI Lenovo</p>	 <p>ARCH OF EDIB IN SEARCH OF INCREDIBLE Warranty Card ASUS</p>
Speaker	Stereo Speaker 	Harman Kardon 
Fingerprint	Belum ada 	Sudah 
Layar	14" FHD 	15.6" OLED 

Sumber : PT.Kristal Komputerindo Perkasa

Permasalahan ketiga yaitu pada kualitas produk Lenovo yang di tawarkan di PT. Kristal Komputerindo Perkasa yang memiliki kualitas yang kurang baik, misalnya dari laptop Lenovo yang sering mengalami masalah di bagian sparepart speaker nya ketika sedang digunakan oleh konsumen, dan keluhan lainnya sehingga membuat konsumen sering melakukan perbaikan ke PT. Kristal Komputerindo Perkasa. Berikut ini adalah data kualitas produk Lenovo pada PT. Kristal Komputerindo Perkasa Periode Ags 2020-Jul 2021.

Tabel 1.2 Data Konsumen Yang Melakukan Perbaikan Atas Kualitas Produk Lenovo Periode Ags 2020-Jul 2021

Keluhan	Ags-20	Sep-20	Okt-20	Nov-20	Des-20	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	Mei-21	Jun-21	Jul-21
Keyboard error	4	5	1	2	8	1	0	0	5	8	6	6
Mic tidak fungsi	3	4	6	5	2	4	4	1	8	4	11	4
Baterai drop	8	6	8	6	0	12	3	5	2	8	7	3
Camera error	11	9	8	4	4	9	6	2	13	5	5	6
Speaker pecah	8	4	4	6	3	0	0	8	8	5	8	0
Mati total	3	8	4	6	5	11	2	6	0	5	3	5
Bluescreen	4	5	9	7	7	10	1	8	0	0	8	0
Total	41	41	40	36	29	47	16	30	36	35	48	24

Sumber: PT. Kristal Komputerindo Perkasa

Berbagai permasalahan yang ada di PT. Kristal Komputerindo Perkasa bisa disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan, ekuitas merek, dan kualitas produk yang dijual. Untuk mencegah hal ini maka perusahaan harus memberikan perubahan pada kualitas pelayanan, ekuitas merek dan kualitas produk yang dipasarkan nya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ekuitas Merek, dan

Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Kristal Komputerindo Perkasa”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas maka penulis melakukan identifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya kualitas pelayanan membuat konsumen tidak begitu tertarik membeli produk yang ditawarkan.
2. Kurangnya pemahaman konsumen mengenai ekuitas merek dari jenis produk laptop sehingga ada beberapa produk baru tidak diketahui oleh konsumen dan membuat mereka enggan untuk membelinya.
3. Kurangnya kualitas produk sehingga konsumen merasa sia-sia membeli laptop dengan harga mahal tetapi kualitas produknya tidak sesuai dengan harganya.
4. Konsumen merasa tidak puas karena kurangnya kualitas pelayanan, ekuitas merek dan kualitas produk sehingga jumlah konsumen menjadi tidak stabil pada tiap bulannya.

1.3 Batasan Masalah

Agar menghindari penelitian yang terlalu luas dan menyimpang dari judul penelitian atas masalah yang telah diidentifikasi diatas, maka penulis fokuskan pada batasan masalah penelitian ini.

1. Penelitian ini dilakukan hanya sebatas pada variabel kualitas pelayanan, ekuitas merek, kualitas produk, dan kepuasan konsumen

2. Responden pada penelitian ini adalah konsumen di PT. Kristal Komputerindo Perkasa

1.4 Rumusan Masalah

Melalui masalah yang sudah diidentifikasi adapun rumusan masalah nya adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Kristal Komputerindo Perkasa?
2. Apakah ekuitas merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Kristal Komputerindo Perkasa?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Kristal Komputerindo Perkasa?
4. Apakah kualitas pelayanan, ekuitas merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Kristal Komputerindo Perkasa?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang sudah diuraikan diatas maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Kristal Komputerindo Perkasa.
2. Untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Kristal Komputerindo Perkasa.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Kristal Komputerindo Perkasa.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, ekuitas merek, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Kristal Komputerindo Perkasa.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat yang baik kepada yang membutuhkan, manfaat tersebut antara lain:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Studi ini dilakukan agar dapat memberikan ilmu tambahan kepada pembaca dimasa yang akan datang khususnya dibidang pemasaran laptop yang berhubungan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ekuitas Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT. Kristal Komputerindo Perkasa.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini bisa menjadi masukan kepada PT. Kristal Komputerindo Perkasa dalam melakukan penentuan faktor kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ekuitas Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen PT. Kristal Komputerindo Perkasa.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Sebagai objek dalam evaluasi mengambil keputusan yang bijaksana di masa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan menjadi referensi dalam Kualitas Pelayanan, Ekuitas Merek dan Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen.

4. Bagi Peneliti

Dapat digunakan menjadi referensi kepada penulis dan ilmu tambahan.