

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman tingkat persaingan bisnis kini menjadi sangat sengit bahkan bisa kita katakan bahwa setiap perusahaan berusaha untuk bertahan di dunia bisnis. Terutama untuk perusahaan yang bergerak di bidang distributor. Dalam mengoperasikan sebuah bisnis Cuma memiliki dua jalan yaitu berhasil dan gagal. sebuah perusahaan atau bisnis bisa di bilang berhasil jika dalam menghasilkan keuntungan dan juga sebaliknya perusahaan dikatakan gagal jika di dalam perusahaan tidak dapat menghasilkan laba atau keuntungan dalam jangka waktu tertentu.

Dengan meningkatnya para pelaku usaha yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, maka sangat penting bagi para pelaku usaha untuk menciptakan kelebihan ataupun keunikan dari segi produk maupun pelayanan yang akan ditawarkan kepada para pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan kepada para konsumen. Dengan makin banyaknya pelaku usaha maka para konsumen ataupun mitra usaha memiliki banyak pilihan untuk melakukan keputusan akhir. Para mitra usaha ataupun konsumen akan mencari perusahaan yang bisa mereka percaya dalam melakukan kegiatan bisnis, mereka akan lebih mencari perusahaan yang akan mendengarkan kritik ataupun saran dari mereka.

PT Gunung Kawi Merupakan Perusahaan bidang distributor merek Rucika dan Yuta. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1989 dengan nama toko Gunung Kawi kemudian pada tahun 2010 berubah nama menjadi PT Gunung Kawi yang kini beralamat di Jl Laksamana Bintan Komp. Executive Centre, Blok 1 no 6 Sungai panas, Sungai panas, Sungai panas, Kec. Batam kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444

Kualitas pelayanan merupakan sebuah pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan berdasarkan standar prosedur pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan. Dalam upaya mencapai tingkat kepuasan dalam hal kualitas pelayanan selalu ditemukan celah yang mengakibatkan tingkat kepuasan tidak bisa mencapai tingkat positif. Untuk mengatasi masalah ini ialah dengan cara mengukur tingkat kualitas pelayanan baik dari sisi sudut pandang manajemen dan juga dari sudut pandang pelanggan.(Felicia,2020: 56). Pada PT Gunung Kawi terjadinya kualitas pelayanan yang tidak memuaskan dikarenakan pengantaran barang yang tidak tepat waktu, pegawai yang tidak merespon dengan cepat keluhan pelanggan, dan sering terjadinya ketidaksesuaian stok barang yang mengakibatkan pesanan tidak dapat dipenuhi secara full.

Menurut (Achmad Fathoni Rodli,2021: 304) menyatakan bahwa Promosi merupakan rencana penjualan untuk mendorong kegiatan memasarkan produk di pasar. pameran, media sosial merupakan salah satu cara untuk memberikan informasi tentang promosi yang dilakukan oleh perusahaan, pemilihan media yang benar sangat penting untuk meningkatkan pengunjung untuk membeli produk yang di tawarkan perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara ekspektasi dengan pelayanan yang didapatkan, jika kualitas yang didapatkan tidak sesuai dengan ekspektasi maka akan mengakibatkan kepuasan pelanggan menjadi rendah dan juga sebaliknya jika sesuai ataupun melebihi harapan pelanggan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Di saat ini Kepuasan Pelanggan merupakan faktor yang sangat diperhatikan oleh pihak perusahaan dikarenakan kepuasan pelanggan yang tinggi akan memberikan respon yang positif untuk perusahaan.(Purwati & Cutan, 2020 : 47).

Dengan adanya kepuasan pelanggan yang baik maka perusahaan akan bisa menghemat biaya promosi dikarenakan kepuasan pelanggan yang tinggi bisa menciptakan loyalitas terhadap perusahaan. Loyalitas ini merupakan pembelian ulang yang dilakukan pelanggan dikarenakan pelanggan merasa komitmen terhadap suatu merek maupun sebuah perusahaan dalam jangka panjang. Dengan adanya loyalitas pelanggan maka pelanggan akan dengan sukarela memberikan rekomendasi terhadap teman maupun keluarga untuk menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut (Handoko, 2017 : 67).

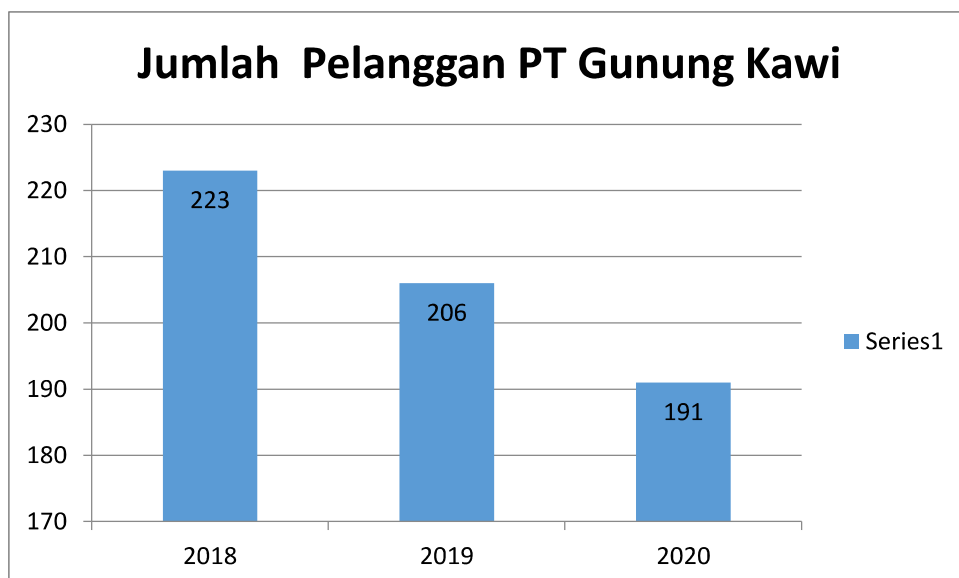
Berdasarkan hasil observasi permasalahan yang terjadi pada PT Gunung Kawi adalah kualitas pelayanan yang masih kurang maksimal. Contohnya seperti masih kurangnya pelayanan dalam pesanan pelanggan, hal tersebut dikarenakan ketidaksesuaian stok barang yang ada pada sistem dengan stok actual yang ada pada gudang, sehingga pada saat pelanggan membeli produk, sales berkata barang yang dipesan stok semua, kemudian pada saat mengantarkan barang pesanan kepada pelanggan, barang yang diterima pelanggan tidak lengkap sehingga

menyebabkan pelanggan merasa tidak puas atas dengan pelayanan yang diberikan.

Permasalahan promosi yang terjadi di PT Gunung kawi, dimana perusahaan biasanya melakukan kegiatan pemasangan spanduk, dan lain- lain. Sebaliknya PT Gunung Kawi tidak sering melakukan promosi-promosi tersebut sehingga perusahaan kurang dikenal dalam masyarakat.

Pelanggan yang tidak merasa puas dengan kualitas pelayanan dan promosi yang diberikan, maka pelanggan tersebut tidak akan melakukan pembelian ulang produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain itu dengan kurang puas terhadap kualitas pelayanan yang didapatkan akan diceritakan kepada pelanggan lain, sehingga dapat merusak *image* perusahaan yang mengakibatkan berkurangnya jumlah pelanggan pada perusahaan.

Grafik 1. 1 Data Jumlah Pelanggan PT Gunung Kawi pada tahun 2018 – 2020



Sumber:PT Gunung Kawi,20202

Dari grafik diatas di jelaskan bahwa tiap tahun di PT Gunung kawi Mengalami penurunan pelanggan dari tahun 2018 terdapat 223 total pelanggan, pada tahun selanjutnya 2019 dengan jumlah pelanggan 206 terjadi penurunan pelanggan sebesar 17 pelanggan,dan kemudian pada tahun 2020 terjadi lagi penurunan pelanggan sebesar 15 pelanggan sehingga total pelanggan pada tahun 2020 sebesar 191 pelanggan. Hal tersebut menandakan terjadinya penurunan pelanggan sebesar 14% dari tahun 2018 sampai tahun 2020. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan, dan promosi yang kurang memenuhi kepuasan pelanggan sehingga pelanggan tidak melakukan pembelian ulang di PT Gunung Kawi.

Berdasarkan di uraikan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT GUNUNG KAWI”**

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai latar belakang masalah yang dijabarkan bisa dideskripsikan sebagai masalah yaitu:

1. Kurangnya kualitas pelayanan dikarenakan ketidaksesuaian stok barang sehingga pesanan pelanggan tidak dikirim dengan lengkap dan membuat pelanggan merasa tidak puas.
2. Karyawan yang tidak merespon dengan cepat keluhan dari pelanggan
3. Pengiriman pesanan yang lambat.
4. Kurang promosi-promosi melalui media iklan atau spanduk.

5. Pelanggan tidak merasa terpuaskan dengan kualitas pelayanan, dan promosi sehingga pelanggan tidak melakukan pembelian ulang lagi.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang diluar topik yang terkait, maka peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini yang akan berfokus pada variabel independen yaitu Kepuasan Pelanggan (X_1) dan Promosi (X_2) dan untuk variabel dependen yang akan dibahas ialah Kepuasan pelanggan (Y). Responden pada penelitian ini ialah pelanggan PT Gunung Kawi dan lokasi objek penelitian ialah di PT Gunung Kawi yang beralamat di Sei Panas.

1.4 Rumusan Masalah

Melalui masalah yang sudah teridentifikasi, maka masalah penelitian bisa dirumuskan menjadi:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Gunung kawi?
2. Apakah Promosi punya berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Gunung kawi?
3. Apakah Kualitas pelayanan, Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Gunung kawi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan sumber masalah yang melatarbelakangi dan telah dirumuskan oleh peneliti, peneliti bertujuan:

1. Guna menganalisis dan melihat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial pada kepuasan pelanggan di PT Gunung Kawi.
2. Guna melakukan analisis serta melihat pengaruh promosi secara parsial pada kepuasan pelanggan di PT Gunung Kawi.
3. Guna melakukan analisis dan melihat bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara simultan pada kepuasan pelanggan pada PT Gunung kawi.

1.6 Manfaat praktis

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, maka manfaat teoritis adalah sebagai dasar penyusunan skripsi mahasiswa-mahasiswi di masa yang akan datang terutama mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di PT. Gunung kawi.

1.6.2 Manfaat praktis

1. Bagi perusahaan

Dari hasil studi ini bisa menjadi masukan dan bahan pertimbangan untuk PT Gunung Kawi dalam melakukan penentuan faktor kepuasan pelanggan berhubungan dengan kualitas pelayanan dan promosi supaya bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga loyalitas pada PT Gunung Kawi.

2. Bagi universitas Putera Batam

Sebagai objek evaluasi dalam pengambilan keputusan dimasa akan mendatang, dan untuk memberikan masukan dan serta saran yang berguna untuk universitas putera batam terkait Fakultas ekonomi.

3. Bagi peneliti Berikutnya

Studi ini diharapkan bisa menjadi rujukan untuk melakukan pengembangan dalam kepuasan pelanggan pada peneliti yang memiliki ketertarikan untuk memperdalam topik ini.

4. Bagi peneliti

Untuk syarat akhir pendidikan S1 dan Memperdalam ilmu dalam bidang manajemen pemasaran dan untuk mengasah peneliti agar bisa menuangkan berbagai teori yang diperoleh dalam semasa kuliah.