

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan bisnis di masa globalisasi tidak dapat dipisahkan dari persaingan yang semakin liar dalam tenaga kerja dan produk periklanan. Selanjutnya, setiap organisasi dituntut untuk secara konsisten melakukan upaya yang baik dalam menunjukkan hasil terbaik agar jasa dan produk mereka dapat dikenal oleh masyarakat setempat dan berhasil meskipun persaingan bisnis yang sama. Di mana bisnis pada awalnya harus menyadari target pasar mana yang akan dibidiknya. Tujuan menampilkan dirinya, seperti yang diungkapkan oleh pakar eksekutif Peter Drucker, adalah untuk mengetahui dan mendapatkan pembeli dan kemudian memiliki pilihan untuk menjual diri mereka sendiri. Selain itu, organisasi juga dituntut untuk lebih imajinatif dalam mengiklankan jasa dan produknya kepada calon pembeli, agar barang tersebut dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Untuk dapat bertahan di tengah persaingan *retail* dan distributor di Kota Batam, penting untuk membuat teknik periklanan yang diatur pembeli. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, keragaman produk dan promosi. Seperti yang ditunjukkan oleh jurnal (Amanda *et al.*, 2021:110) kualitas pelayanan merupakan cara sejauh mana perbedaan antara dunia nyata dan asumsi pembeli untuk keanggotaan yang mereka dapatkan

kualitas pelayanan mempunyai keterkaitan yang sangat nyaman pada puasnya konsumen. Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur penentu kemajuan organisasi. Kualitas pelayanan yang hebat memberikan stimulus kepada pembeli untuk membangun hubungan yang erat dengan organisasi. Ikatan seperti ini memberika kemungkinan pada perusahaan untuk melihat secara hati-hati asumsi untuk pembeli dan kebutuhan mereka pada waktu yang lama. Kesigapan, disposisi yang baik dan korespondensi yang baik adalah kunci penting untuk mendukung kepuasan konsumen.

Unsur lainnya yang dapat memberikan pengaruh kepuasan konsumen yaitu keragaman produk seperti yang ditunjukkan oleh jurnal (Detika yossy pramesti *et al.*, 2021:30) adanya produk yang termasuk pada suatu komponen yang wajib diberikan perhatian dari sebuah bisnis ritel. Dari adanya berbagai macam barang yang layak sehingga perusahaan dapat membuat konsumen tertarik berkunjung serta membeli suatu barang. Suatu hal yang wajib dipertimbangkan dari sebuah organisasi yaitu cara untuk menentukan pilihan yang berbeda tentang campuran item yang dibuat di masa ini dan masa mendatang. Sementara itu, pengertian keragaman produk sebagaimana ditunjukkan oleh Henry Simamora dalam (Ali Kurniawan, 2017) mencirikan Keragaman Produk merupakan sekumpulan penawaran barang serta komponen yang disajikan dari suatu vendor kepada yang membeli.

Selain kualitas pelayanan dan keragaman produk, unsur lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah promosi menurut Handoko 2017 promosi merupakan salah satu sarana dalam sistem pergerakan penawaran suatu

barang atau jasa. Promosi yang merupakan bagian dari latihan promosi dan membuat koneksi yang dijalankan perusahaan dengan pembeli yang berisi pengaruh, dampak, dan pemberitahuan. aktivitas ini diharapkan dapat memperluas kesepakatan, sifat barang, jika pembeli tidak pernah mengikutinya dan tidak benar-benar menerima bahwa produk tersebut dapat berharga bagi konsumen, bahwa mereka tidak akan pernah membelanjakannya. (Ridlwan, 2020:45)

Kepuasan konsumen merupakan tingkatan sentimen pembeli sesudah melihat sesuatu yang mereka dapatkan serta asumsi mereka. Suryoko 2013 Melihat aspek-aspek apa saja yang mempengaruhi sifat bantuan dalam usaha, khususnya di bidang bantuan pada kepuasan konsumen, seluruhnya itu adalah sebagian komponen sifat bantuan oleh suatu usaha atau industri yang dijalankan. Dimana pada akhirnya aspek-aspek yang disebutkan di atas pada dasarnya akan memberikan pengaruh daya beli warga maupun pembeli terhadap usaha maupun usahan yang dijalankan. (Permatasari & Supiyan, 2020:564)

Distributor memainkan peran penting dalam rutinitas rutin individu karena distributor bertindak sebagai perantara antara pembuat dan pembeli. Arti dari distributor adalah perantara yang menyebarkan barang dari pembuat ke konsumen. Pedagang grosir kemudian, pada saat itu, menawarkan barang tersebut ke pengecer atau langsung ke konsumen akhir. Adapun distributor terkemuka di Kota Batam adalah PT Central Global yang menjual berbagai produk diantaranya adalah Pendingin Ruangan dan berbagai jenis Cat yang disalurkan ke *retailer* dan *end consumer*. PT Central Global merupakan perusahaan yang bergerak pada

bidang *retail* dan distributor beberapa produk yang berlokasi di Kota Batam, Kepulauan Riau.

Observasi yang sudah dilaksanakan menghasilkan informasi mengenai permasalahan kualitas pelayanan yang diberikan PT Central Global juga dirasa belum memiliki kesesuaian pada asumsinya. Jumlah yang membeli tidak sesuai pada layanan yang diberikan saat ini. PT Central Global mempunyai permasalahan yang dirasakan beberapa konsumennya diantaranya parkir sempit, pendingin ruangan yang kurang dingin, serta karyawan yang kurang ramah dalam melayani konsumen, konsumen juga mengeluhkan terlambatnya pengiriman barang. Konsumen merasa kenyamanan saat melakukan pesanan barang berkurang ketika fasilitas di counter penjualan terbatas. Hal itu bisa memberikan pengaruh pada tingkat persaingan bisnis saat memberikan kualitas pelayanan.

Selanjutnya hasil observasi yang telah dilakukan tentang permasalahan keragaman produk di PT Central Global Produk yang dijual tidak lengkap, dimana tidak ada produk yang dijual di PT Central Global, akan tetapi dijual di tempat lain. Dengan variasi produk, ketersediaan barang dagangan dalam jumlah dan jenis yang sangat berfluktuasi membawa banyak keputusan dalam proses belanja konsumen. Seringkali pembeli dalam sistem belanja, pilihan yang diambil untuk membeli suatu barang adalah yang tidak baru-baru ini dicatat dalam perolehan barang dagangan. Keragaman produk merupakan daya tarik bagi pembeli, terutama dapat memberikan pilihan yang lebih bervariasi. Adapun data tentang jenis produk PT Central Global pada tabel 1.1 di bawah ini.

**Tabel 1. 1** Data Keragaman Produk Yang Di Jual Di PT Central Global

| No | Nama Merek   | Jenis Produk      |
|----|--------------|-------------------|
| 1  | Samsung      | Pendingin Ruangan |
| 2  | Hitachi      | Pendingin Ruangan |
| 3  | Daikin       | Pendingin Ruangan |
| 4  | Kansai Paint | Cat               |
| 5  | Smart Paint  | Cat               |

**Sumber:** PT Central Global, 2021

Pada tabel 1.1 tersebut bisa dilihat jenis produk dimana di jual di PT Central Global yang beragam, terdiri dari 5 jenis merek yang bervariasi yang tersedia mulai dari pendingin ruangan dan cat, dengan harga yang berbeda setiap jenis produk yang dijual. Dalam setiap pembelian pendingin ruangan atau cat di PT Central Global memberikan penawaran keragaman harga dari yang termurah sampai termahal disesuaikan dari kualitas produknya.

Selanjutnya hasil observasi yang telah dilakukan tentang permasalahan promosi di Global PT Central Global untuk promosi masih jarang dilakukan khususnya di media cetak atau elektronik, yaitu hanya 2 atau 3 kali dalam kurun waktu setahun sehinggal membuat konsumen kurang puas terhadap promosi yang diberikan. PT Central sebenarnya bergantung pada promosi dengan cara memberikan brosur ke konsumen, tidak adanya spanduk yang dipajang dan minimnya pekerja sales untuk memasarkan produk dari satu rumah ke rumah lainnya. Karena tidak adanya promosi yang menarik dan informasi terbatas tentang promosi menyebabkan promosi yang menarik belum tercapai. Berdasarkan hasil observasi awal yang penulis lakukan di PT Central Global, penulis mendapatkan data jumlah konsumen PT Central Global pada bulan Agustus 2020 sampai Agustus 2021. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 1. 2** Data Jumlah Pengunjung Pada PT Central Global Pada bulan Agustus 2020 – Agustus 2021

| No | Bulan     | Jumlah Penunjung | Kenaikan / Penurunan Jumlah Pembelian | Persentase |
|----|-----------|------------------|---------------------------------------|------------|
| 1  | Agustus   | 80               |                                       |            |
| 2  | September | 56               | -24                                   | 30%        |
| 3  | Oktober   | 70               | 14                                    | -25%       |
| 4  | November  | 55               | -15                                   | 21%        |
| 5  | Januari   | 54               | -1                                    | 2%         |
| 6  | Februari  | 98               | 44                                    | -81%       |
| 7  | Maret     | 67               | -31                                   | 32%        |
| 8  | April     | 87               | 20                                    | -30%       |
| 9  | Mei       | 66               | -21                                   | 24%        |
| 10 | Juni      | 110              | 44                                    | -67%       |
| 11 | Juli      | 93               | -17                                   | 15%        |
| 12 | Agustus   | 120              | 27                                    | -29%       |

**Sumber:** PT Central Global, 2021

Berdasarkan Tabel 1.2 tersebut didapatkan pengetahuan mengenai tingkat berkembangnya konsumen yang berbelanja pada PT Central Global Kota Batam saat terjadinya jumlah konsumen yang berfluktuasi. Penyebab terjadinya hal tersebut yaitu karena usaha-usaha yang sama bersaing sehingga menjadikan konsumen pada perusahaan mengalami kondisi naik turun serta PT Central Global memberikan penawaran yang rendah pada kualitas pelayanannya dikarenakan kurangnya kemampuan karyawan untuk memberikan jawaban atas pertanyaan serta saran konsumen serta pemahaman mengenai hal yang konsumen butuhkan, keberagaman produk yang kurang lengkap, promosi yang kurang menarik. Sehingga terjadi kenaikan dan penurunan pada kedatangan jumlah konsumen. Sering terjadi ketika begitu banyaknya perusahaan mendagangkan berbagai jenis produk yang memiliki kesamaan di area Kota Batam.

Berkaitan dengan permasalahan kepuasan konsumen, dalam pengamatan peneliti semua konsumen yang berbelanja di PT Central Global sudah pernah berbelanja di pesaingnya. Oleh karena itu, selalu terjadi persaingan antar perusahaan. Konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian kembali dan memberikan rekomendasi kepada teman, kerabat dan keluarga konsumen. Agar terciptanya kepuasan konsumen setelah berbelanja di PT Central Global, ada beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen. Konsumen yang memperoleh kepuasan cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama.

Permasalahan di atas jika tidak ditangani dengan cepat akan secara tidak langsung mempengaruhi kepuasan konsumen, bahkan jika berlarut-larut dapat membawa kekurangan pembeli dan matinya sebuah bisnis.. Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Central Global”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Masih rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan PT Central Global.
2. Karyawan kurang memberikan tingkat perhatian individu atau pribadi terhadap kebutuhan konsumen PT Central Global.

3. Banyaknya persaingan saat ini mengharuskan PT Central Global untuk lebih kreatif dan inovatif dalam meningkatkan kualitas pelayanan, agar konsumen merasa puas terhadap pelayanan.
4. Masih banyaknya konsumen yang tidak puas terhadap keragaman produk yang ada di PT Central Global.
5. Banyak munculnya pesaing perusahaan yang menawarkan produk dengan segmen pasar yang sama.
6. Masih banyaknya konsumen yang kurang puas terhadap promosi yang ditawarkan oleh pihak manajemen PT Central Global Batam.
7. Konsumen yang tidak puas akan kecewa, berhenti mengunjungi dan membeli produk di PT Central Global.

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah memfokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan promosi terhadap kepuasan pegawai pada PT Central Global..

### **1.4 Rumusan Masalah**

Latar belakang masalah yang sudah diuraikan dan dibuat memperjelas arah penelitian ini, maka rumusan masalah menjadi berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Central Global?

2. Apakah keragaman produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Central Global?
3. Apakah promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Central Global?
4. Apakah kualitas pelayanan, keberagaman produk dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Central Global?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas maka dapat di ambil tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT Central Global.
2. Untuk mengetahui pengaruh keberagaman produk terhadap kepuasan konsumen PT Central Global.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen PT Central Global.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, keberagaman produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen PT Central Global.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini membantu memberikan kontribusi bagi ilmu manajemen pemasaran dan sebagai bahan pertimbangan bagi rekan-rekan

mahasiswa yang mengadakan penelitian yang sama serta menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang agar dapat dihasilkan temuan-temuan yang lebih baik dan lebih bervariasi.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi peneliti

Untuk menambah wawasan serta pemahaman berkaitan pengaruh kualitas pelayanan, keberagaman produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

### b. Bagi mahasiswa

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi rujukan apabila akan melakukan penelitian berkaitan dengan masalah yang sama.

### c. Bagi Universitas

Menambah referensi kepustakaan dalam ilmu manajemen khususnya dalam hal kepuasan konsumen.