BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Didalam dunia pemasaran tidak bisa hindar dari yang namanya persaingan, persyaratan yang harus dipakai untuk mencapai target dan tujuan yang inginkan oleh perusahaan maka didalam persaingan ketat ini dengan cara memperbaiki kualitas pelayanan untuk kepuasan konsumen. Masing-masing perusahaan berusaha untuk menciptakan dan menghasilkan produk yang konsumen inginkan melalui harga lebih pantas, karena ini sangat mempengaruhi pada kepuasan konsumen. Ini menunjukkan bahwa dengan perusahaan mana yang menawarkan jenis produk dengan harga yang bisa bersaing dengan kompetitor-kompetitor lainnya maka satu cara upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu menerapkan strategi harga dan promosi

Mengingat kondisi tingkatan persaingan yang semakin ketat, oleh sebab itu perusahaan juga melakukan peningkatan produktifitas perusahaan yang salah satunya itu adalah pelayanan, untuk menjalin hubungan yang baik dan berjangka panjang dengan pelanggannya ataupun calon konsumen lain. Perusahaan harus cermat dalam membaca pangsa pasar yang terjadi didalam dan juga diluar lingkungan perusahaan, oleh karena itu maka penting untuk kita ketahui bahwa yang mana merupakan kelebihan,kelemahan maupun, ancaman yang berasal dari tren-tren terjadi saat ini,dan juga harga bagaimana yang dapat memuaskan konsumen dilapangan pemasaran.

Penentuan harga-harga produk yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang berpengaruh pada kepuasan konsumen maupun keputusan konsumen dalam memilih sebuah produk. Satu-satunya cara yang dapat dilakukan oleh pengusaha ialah memberikan harga yang pantas.

Menurut Lupiyoadi dalam (Ofela, 2016:3) Strategi penetapan harga *pricing* sangat berpengaruh terhadap pemberian nilai *value* kepada konsumen dan juga akan mempengaruhi citra *image* produk, serta keputusan mendukung *customer* untuk membeli. Harga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi *supply*. Hal yang paling penting adalah penetapan dalam harga harus konsisten didalam pemasaran. Harga merupakan sejumlah nilai yang konsumen menggunakan untuk manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu produk barang atau produk jasa.

Selain dari harga, promosi juga memiliki peranan penting dan berguna oleh kepuasan konsumen. Sebuah manajemen selalu mempresepsikan bahwa promosi biasanya disebut titik ujung atau ujung tombak dalam sebuah bisnis. Menurut Machfoedz dalam (Haily & Yanti, 2016:14) mengemukakan Promosi juga diartikan sebagai unsur bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pemasar, unsur lainnya disebut personal selling, pemasaran langsung, periklanan dan ada juga hubungan masyarakat. Karena sifatnya yang berbeda, promosi dapat memenuhi tujuan komunikasi tertentu yang tidak bisa dicapai oleh teknik lain tanpa melalui adanya informasi seperti ini masyarakat tidak akan pernah mengetahui tentang nilai suatu barang, dengan demikian promosi juga merupakan suatu penghubung bagi penjual dan pembeli untuk memberitahu kepada pihak lain

tentang kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga semua kebutuhan dan keinginan tersebut dapat dipengaruhi oleh penjual dan pembeli yang mengalami pertukaran yang memuaskan.

Variabel lain yang juga tidak kalah penting harga dan promosi ialah Kualitas pelayanan, kualitas pelayanan menjadi penting dikarenakan berdampak secara langsung pada nama sebuah atau biasanya disebut citra perusahaan, kualitas pelayanan baik menjadi sebuah nilai positif dan keuntungan bagi perusahaan tersebut, jika suatu perusahaan mendapatkan nilai yang positif di mata para konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan tanggapan/*feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi customer yang tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan variabel kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang disediakan oleh perusahaan.

Kepuasan konsumen memiliki kaitan yang erat oleh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan akan dirasakan oleh konsumen apabila dari suatu pelayan sesuai ataupun lebih besar dari harapan mereka Menurut Kottler dan Keller dalam (Yulia, Baga, & Djohar, 2016:313).

PT. Bintang Central Imada merupakan sebuah perusahaan distributor beraneka ragam bidang, salah satu bidang yang saya teliti adalah bidang kosmetik yang sudah ada nama dipasaran yaitu kosmetik Makarizo. Perusahaan ini beralamat di Komplek Citra Buana Centre Park Blok E/8, Kp. Pelita, Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau 29432.

Dalam pemasaran umumnya itu sangat berkaitan langsung dengan adanya masalah harga produk. Contohnya harga yang telah ditetapkan suatu perusahaan seperti produk kosmetik Makarizo terlalu mahal untuk produk dengan kualitas tertentu. Jika penetapan harga tersebut mahal, atau tidak sesuai dengan kualitas produknya, konsumen lebih cenderung akan meninggalkannya dan mencari produk sejenis lainnya seperti produk Ellips harga yang tidak begitu mahal tetapi memiliki kualitas yang sebanding. Jika produk harga yang sangat murah, konsumen pasti lebih mengutamakan dalam membeli jumlah yang sangat banyak. Akhirnya terjadi kesalahan penentuan harga produk tersebut, jelas mengalami kerugian yang besar pada produsen.

Berikut merupakan tabel perbandingan harga produk Makarizo dengan Ellips berdasarkan tahun 2019

Tabel 1.1

Perbandingan harga antara Makarizo. Ellips & Miranda

Nama produk	Makarizo	Ellips	Miranda
Vitamin blister 6x1ml	Rp 8,800,-	Rp 6.880,-	Rp 6.500,-
Vitamin cap 50x1ml	Rp 55.000,-	Rp.48.500,-	Rp 46.500,-

Sumber : PT Bintang Central Imada Batam 2019

Berdasarkan data tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa harga produk Vitamin Makarizo lebih mahal dari pada produk Vitamin Ellips sehingga dari sini konsumen menjadi bimbang untuk memilih produk yang cocok untuknya dengan kualitas yang hampir sama.

Tabel 1.2**Data keterlambatan pengiriman kepada pelanggan**

No	Bulan	Keterlambatan Pengiriman
1	Januari	5 kali
2	Februari	3 kali
3	Maret	9 kali
4	April	7 kali
5	May	14 kali
6	Juni	12 kali
Total keterlambatan		50 kali

Sumber : PT Bintang Central Imada Batam 2019

Berdasarkan data tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa meningkatnya keterlambatan dalam pengiriman menyebabkan kami mendapatkan komplain dari customer sehingga kualitas pelayanan kami belum memadai untuk customer

Selain dari harga yang mahal, promosi yang terjadi didalam perusahaan PT Bintang Central Imada tidak rutin dalam memberikan promosi kepada pelanggan, promosi tidak berjalan dengan maksimal tersebut seperti pelanggan yang pengambilan banyak saja yang dapat promosi tersebut, dan tidak hanya harga dan promosi saja yang mengalami masalah tetapi pelayanan didalam perusahaan ini juga belum sepenuhnya memadai seperti pelanggan yang sudah melakukan pembelian dengan perusahaan, perusahaan juga kurang melakukan *follow-up* yang lebih lanjut, adapun pelanggan yang merasa bahwa pelayanan kami tidak begitu baik.

Tabel 1.3
Data pelanggan di PT.Bintang Central Imada
Pada Januari - Juni 2019

No	Bulan	Total Konsumen
1	January	36
2	February	33
3	Maret	26
4	April	28
5	May	25
6	Juny	21
Total Konsumen Keseluruhan		169

Data diatas juga menunjukan bahwa PT.Bintang Central Imada yang bergerak di bidang distributor kosmetik targetnya selalu mengalami penurunan setiap bulannya, hal ini juga menunjukkan bahwa adanya kepuasan konsumen di PT.Bintang Central Imada juga ikut menurun. Melalui uraian diatas dapat kita ketahui bahwasannya kepuasan konsumen yang menurun tersebut ada terkait juga terhadap harga promosi dan kualitas pelayanan

Dengan melihat uraian diatas melihat adanya pengaruh faktor harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap pembelian produk kosmetik, maka penulis tertarik akan mengangkat variabel ataupun judul ini baik dengan memakai judul proposal atau skripsi dibawah ini : **“PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT BINTANG CENTRAL IMADA”**.

1.2. Identifikasi permasalahan

Melihat latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, permasalahan dalam penelitian ini dapat kita uraikan dibawah ini:

1. Pelanggan menyadari bahwa harga relatif mahal dibandingkan terhadap produk yang ada diluar sana
2. Adapun promosi yang dilakukan tidak rutin & tidak maksimal.
3. Kurangnya kegiatan *follow-up* terhadap pelanggan.
4. Sering terjadinya keterlambatan dalam pengiriman.
5. Penetapan harga pada produk kosmetik makarizo sangat tinggi.

1.3. Batasan Masalah

Di lihat permasalahan yang ada didalam penelitian, perlu juga kita melakukan pembatasan permasalahan untuk penelitian yang diteliti supaya lebih teratur untuk mencapai tujuan yang diinginkan dicapai. Maka penulis membatasi masalah dengan:

1. Harga, Promosi dan Kualitas pelayanan sebagai Variabel bebas
2. Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Terikat
3. Tempat penelitian dilakukan pada PT.Bintang Central Imada
4. Penelitian ini dilakukan di Batam berlokasi di Nagoya,Jodoh,Seraya
5. Penelitian ini dilakukan kepada produk Kosmetik Vitamin Makarizo

1.4. Rumusan masalah

Dilihat dari segi latar belakang yang ada pada latar belakang, bisa kita simpulkan masalah-masalah yang terjadi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Harga kepada kepuasan konsumen di PT Bintang Central Imada Batam?
2. Bagaimana pengaruh Promosi kepada Kepuasan Konsumen di PT Bintang Central Imada Batam?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan kepada Kepuasan konsumen di PT Bintang Central Imada Batam?
4. Bagaimana pengaruh harga, promosi maupun kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Bintang Central Imada Batam ?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang mau dicapai oleh peneliti ialah :

1. Agar dapat mengetahui adakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PT. Bintang Central Imada Batam.
2. Agar dapat mengetahui adakah pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bintang Central Imada.
3. Agar dapat mengetahui adakah pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bintang Central Imada.
4. Agar dapat mengetahui adakah pengaruh harga, promosi dan pelayanan pada PT. Bintang Central Imada.

1.6. Manfaat penelitian

Adapun harapan yang diharapkan manfaat dan dipergunakan oleh adanya penelitian yaitu :

1.6.1. Manfaat Teoritis

Adapun harapan dari penelitian ini dapat berikan informasi yang bermanfaat harga, promosi dan pelayanan terhadap kepuasan dalam pembelian kosmetik makarizo. Adapun hasil ini dapat mendapatkan wawasan pengetahuan dalam khususnya Kepuasan Konsumen. Adapun harapan dalam penelitian ini juga dapat menjadi bahan tambahan bagi perusahaan untuk pengevaluasian agar dapat mencapai tujuan yang lebih baik.

1. Mendapatkan sebuah pernyataan atas rumusan masalah yang variabelnya Harga, promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan.
2. Perkuat teori-teori yang sebelumnya sudah ada dan juga menambahkan teori-teori yang telah ada.
3. Memperlihatkan atau buktikan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang ada kaitan hubungan dengan variabel menambah wawasan peneliti variabel harga, promosi, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Manfaat bagi Perusahaan, yaitu sebagai bahan-bahan perbaikan menjadi yang lebih baik agar dapat tujuan yang diharapkan bisa tercapai secara maksimal.

2. Manfaat bagi Universitas Putera Batam,
yaitu dapat menggunakan penelitian menjadi referensi, pedoman atas petunjuk untuk menjadikan tugas akhir menjadi persyaratan kelulusan.
3. Manfaat untuk peneliti selanjutnya,
yaitu mampu memberikan informasi yang referensi tentang Pengaruh Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.