

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Setiap perusahaan pasti berusaha dengan keras untuk menciptakan, merawat, meningkatkan hubungan, serta menawarkan kualitas pelayanan yang konsisten serta nilai jual yang lebih baik dari pada pesaing. Adanya persaingan cukup ketat antar perusahaan, mengharuskan perusahaan untuk selalu responsif terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk menarik minat dan perhatian konsumen tersebut, setiap perusahaan saling menawarkan pelayanan dan promosi terbaik yang mereka punya. Pelayanan yang sigap dan cepat tanggap yang diberikan oleh karyawan terhadap pemakai jasa akan membuat pemakai jasa puas sehingga membuat mereka terus menggunakan jasa perusahaan tersebut dan membuat perusahaan dapat meningkatkan pendapatannya. Pada umumnya, tujuan utama perusahaan dalam menjalankan bisnis yaitu mendapatkan keuntungan guna mempertahankan kelangsungan hidup dalam jangka waktu yang panjang serta perusahaan juga harus menguasai pangsa pasar yang ada sehingga proses bisnis yang dijalankan dapat berkembang secara efektif.

Perusahaan yang ideal merupakan perusahaan yang selalu menjaga konsumennya untuk membangun hubungan yang baik dengan mereka. Perusahaan juga harus bertanggung jawab untuk menyediakan layanan yang berkualitas, kondusif serta harmonis karena kualitas layanan yang harmonis dapat

menginspirasi serta mendorong semangat konsumen untuk terus menggunakan produk yang ditawarkan, (Aswad & Wangdra, 2018: 2).

Pelayanan yang cepat dan bertanggung jawab yang disediakan oleh perusahaan kepada konsumennya akan meningkatkan kesetiaan konsumen sehingga membuat konsumen akan menggunakan jasa tersebut dilain waktu. Pelayanan yang dimaksud yaitu layanan yang telah memenuhi standar yang ditentukan, contohnya dengan memperkenalkan produk apa saja yang disediakan kepada konsumen, bentuk produk atau tampilan dalam melayani konsumennya, seperti outlet atau tempat jualan yang cukup menarik, staf yang ramah, serta kecepatan dan ketepatan dalam melayani konsumen.

Mendahulukan kebutuhan konsumen serta melayaninya dengan baik akan membuat yang telah menerima pelayanan tersebut akan merasa lebih dihargai dan senang terhadap apa yang telah ditawarkan. Kualitas pelayanan juga menyangkut tentang bagaimana pemasaran dan operasional perusahaan menciptakan, merencanakan dan mengarahkan suatu paket yang bermanfaat bagi konsumen. Kualitas pelayanan yakni suatu keharusan yang harus dipertahankan dan ditingkatkan jika suatu perusahaan ingin terus bersaing di dunia bisnis, tidak hanya karena konsumen adalah raja, tetapi konsumen sudah cukup pintar untuk memutuskan produk atau layanan jasa mana yang akan digunakan. Kualitas dapat menjadi ukuran seberapa besar perusahaan memiliki keunggulan secara konsisten dalam menyediakan struktur layanan yang baik untuk konsumennya (Chandra & Tileung, 2015: 959)

Faktor penting lainnya yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk adalah promosi . Promosi dilakukan untuk mengajak suatu calon pembeli tertarik terhadap produk yang akan ditawarkan. Promosi juga merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan agar dapat menarik konsumen membeli suatu produk yang dibutuhkan maka dari itu perusahaan harus memberikan informasi atas produk atau jasa yang dijual (Lupiyoadi, 2013: 92). Semakin menarik promosi yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen maka akan semakin banyak pula yang mengetahui produk tersebut.

Karena letak kota Batam yang sangat strategis, yang memang tidak jauh dari negara tetangga salah satunya yaitu Singapura dan Malaysia, membuat peluang begitu besar bagi pebisnis untuk membuka usaha dalam bidang jasa khususnya untuk pembelian tiket dengan rute perjalanan dari Batam ke Singapura dengan menggunakan kapal ferry. Dengan menggunakan Kapal ferry dari Batam ke Singapura akan menempuh perjalanan yang relatif singkat, yakni hanya sekitar 45 menit sampai 1 jam saja. Di Kota Batam, terdapat beberapa pelabuhan yang menyediakan jasa untuk tujuan keberangkatan dari Batam ke Singapura melalui beberapa jenis kapal ferry. Pelabuhan tersebut yakni Terminal Internasional ferry Sekupang, Terminal Internasional ferry Batam Center, Terminal Internasional Nongsa Pura, dan Terminal Internasional Harbour Bay. Dengan adanya pelabuhan ini dimanfaatkan perusahaan penyedia jasa untuk menawarkan pelayanannya untuk penyebrangan Batam-Singapura. Perusahaan penyedia jasa itu adalah PT Lautan Sarana Nusantara atau yang lebih dikenal dengan nama Sindo Ferry.

Sindo Ferry merupakan salah satu penyedia jasa kapal laut yang melayani keberangkatan dari Batam menuju Singapura. Sindo Ferry didirikan sejak tahun 1999 beralamat di Lubuk Baja Timur, Pelabuhan Internasional Batam Center. Selain Sindo ferry, ada penyedia jasa lain dengan rute yang sama yaitu Batam Fast Ferry dan Majestic Fast Ferry. Karena adanya perusahaan lain yang menawarkan jasa yang sama, Sindo ferry harus mampu bersaing agar dapat menarik hati para konsumennya dengan memberikan pelayanan serta promosi terbaik yang mereka punya.

**Tabel 1.1** Perbandingan Harga Promosi Tiket

<b>Jenis Ticket</b>	<b>Sindo Ferry</b>	<b>Batam Fast</b>	<b>Majestic Ferry</b>
<b>One Way</b>	Rp 235.000,-	Rp 250.000,-	Rp 250.000,-
<b>Two Way Indo</b>	Rp 390.000,-	Rp 390.000,-	Rp 400.000,-
<b>Two Way Foreign</b>	Rp 405.000,-	Rp 470.000,-	Rp 490.000,-

**Sumber:** Peneliti, 2019

Berbagai jenis pelayanan dan promosi yang diberikan pada setiap perusahaan, tidak jarang Sindo Ferry adalah perusahaan yang bisa dibilang paling sedikit peminatnya dibandingkan dengan perusahaan jasa lainnya walaupun harga tiket yang diberikan adalah yang paling murah dari perusahaan lain. Jika perusahaan lain memberikan harga tiket untuk sekali jalan adalah Rp. 250,000 (Dua Ratus Lima Puluh ribu rupiah), Sindo Ferry memberikan harga hanya sekitar Rp. 235,000 (Dua Ratus Tiga Puluh Lima ribu rupiah).

**Tabel 1.2** Perbandingan Jumlah Penumpang Pelabuhan Batam Center

Periode Januari 2019 – Juni 2019

<b>Bulan</b>	<b>Sindo Ferry</b>	<b>Batam Fast</b>	<b>Majestic Ferry</b>
Juli	21,926	25,533	56,332
Agustus	24,822	26,711	56,990
September	28,271	28,309	68,288
Oktober	28,468	29,175	59,179
November	24,985	25,661	52,752
Desember	30,037	30,336	66,044

**Sumber:** Passenger Records Sindo Ferry Batam Center 2019

Pada tabel yang ditampilkan diatas dapat diketahui bahwa jumlah penumpang selama 6 (enam) bulan terakhir pada Sindo Ferry adalah yang paling sedikit di antara perusahaan jasa lainnya. Hal ini bisa saja disebabkan oleh pelayanan serta promosi yang masih belum dilakukan dengan baik oleh Sindo Ferry. Jika perusahaan ingin mempertahankan para konsumennya agar minat beli meningkat, maka yang harus segera dilakukan yaitu memperbaiki kualitas pelayanan dan promosi yang diberikan dengan cara menanggapi keluhan dari konsumen.

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dari produsen itu sendiri. Bagaimana perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan terbaik terhadap konsumennya. Sedikitnya minat konsumen untuk membeli tiket di Sindo Ferry dikarenakan kurangnya pelayanan yang diberikan oleh staff *ticketing* yang sedang bertugas. Pelayanan kurang ramah dan staff juga jarang tersenyum

kepada konsumen. Staff sering bermain telepon genggam dan tidak memperhatikan konsumen yang berada didepan mereka.

Selain itu, tidak adanya pengenalan promosi yang dilakukan oleh Sindo Ferry kepada konsumen juga menjadi suatu hal yang sering dikeluhkan oleh konsumen yang menyebabkan ketidaktahuan konsumen terhadap produk yang telah ditawarkan seperti tiket promo atau *voucher* yang bisa didapatkan dari travel, Indomaret maupun Alfamart. Penyebaran promosi yang dilakukan oleh Sindo Ferry hanya disekitar pelabuhan saja sehingga yang mengetahui promosi hanya beberapa orang yang sering membeli tiket di Sindo Ferry.

Di karenakan pelayanan oleh staff yang bertugas masih belum sesuai dengan yang diharapkan dan promosi yang masih belum menyebarluas menyebabkan konsumen tersebut masih sulit untuk memutuskan pembelian tiket di Sindo Ferry. Maka dari itu kebanyakan konsumen yang datang ke pelabuhan memutuskan untuk membeli tiket pada penyedia jasa yang lain dibandingkan membeli tiket di Sindo Ferry.

Dalam upaya menarik konsumen sebanyak mungkin maka terdapat beberapa cara yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan jasa tersebut, sehingga dapat menimbulkan suatu keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai keputusan seseorang dimana ia telah memilih salah satu dari berbagai alternatif pilihan yang tersedia. Keputusan pembelian memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi termasuk diantaranya kualitas pelayanan dan promosi.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT LAUTAN SARANA NUSANTARA”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang sebelumnya, hasil dari identifikasi masalah penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Pelayanan yang masih belum dilakukan dengan baik yang dilakukan oleh staff yang bertugas.
2. Penyebaran promosi yang penyampaiannya masih belum luas yang menyebabkan konsumen tidak mengetahui produk apa saja yang sedang ditawarkan.
3. Kurangnya minat beli konsumen.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan diatas, batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan variabel Promosi sebagai variabel independen dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen.
2. Objek pada penelitian ini adalah PT Lautan Sarana Nusantara.
3. Penulis membatasi penelitian yang dilakukan yaitu sejak bulan pada bulan Desember 2019.

4. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen PT Lautan Sarana Nusantara.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Lautan Sarana Nusantara?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Lautan Sarana Nusantara?
3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Lautan Sarana Nusantara?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Lautan Sarana Nusantara.
2. Untuk mengetahui promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Lautan Sarana Nusantara.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Lautan Sarana Nusantara.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah :

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan tentang sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian bagi konsumen.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran sebagai bahan studi atau referensi penelitian lebih lanjut tentang pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Lautan Sarana Nusantara.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan  
Sebagai harapan yang dapat menjadi suatu bahan evaluasi untuk dapat memberikan layanan berkualitas baik dan promosi yang efektif atas keputusan pembelian sehingga usaha yang dijalankan mendapatkan keuntungan yang maksimal.
2. Bagi Universitas Putera Batam  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk membantu mahasiswa lain dalam melakukan penelitian dan menjadi bahan referensi bagi mahasiswa Universitas Putera Batam mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian.

### 3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan menambah pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Sindo Ferry di Batam Center dan dapat menjadi bahan acuan pada bidang penelitian yang sejenis.