

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Dalam sebuah perusahaan pastinya akan bertambah waktu dan juga perkembangan sebuah perusahaan, zaman yang semakin berkembang sangat mudah untuk memulai sebuah usaha maupun bisnis. Sehingga pada saat itu lah persaingan sebuah perusahaan akan lebih kuat. Setiap orang yang memiliki usaha tentu ingin bisnis yang dijalankan atau pemasarannya laku, dari itu lah pastinya dalam sebuah perusahaan memiliki sebuah cara agar produk yang di tawarkan atau di pasarkan bisa terjual dengan cepat. Pada saat itu juga para pesaing yang baru pastinya juga memiliki berbagai cara agar bisa mengambil konsumen dari perusahaan lain.

Setiap perusahaan pastinya menginginkan nama perusahaan yang bagus, memang membutuhkan waktu yang sangat lama untuk bisa memunculkan nama yang bagus untuk konsumen. Pada saat ini sangat banyak persaingan untuk membuat citra merek menjadi sebuah persaingan atau sebuah senjata untuk bisa memenangkan dalam persaingan ini. Citra merek bisa terwujud dengan ada nya sebuah aspek merek yang sangat terkenal dengan reputasi yang sangat terbaik. Citra merek merupakan bentuk sejak sebuah penyajian dan juga karakter yang dibagikan untuk pelanggan maka pelanggan akan datang untuk kembali membeli sebuah produk atau jasa di perusahaan. Jika di dalam sebuah perusahaan memiliki nilai yang lebih maka pelanggan akan

semakin lebih puas akan pelayanan di berikan. Jika terjadi ketidak cocokan antara perusahaan dengan pelanggan maka dari itu lah kesempatan untuk pesaing lainnya mengambil pelanggan. Contoh nya jika terjadi penumpukan barang yang akan mengakibatkan barang itu akan rusak karena penumpukan tersebut sehingga memberikan image yang buruk kepada pelanggan, jika pelanggan itu mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan juga bisa mengakibatkan pelanggan menjadi tidak amat untuk membeli produk di perusahaan itu atau tidak akan percaya kepada perusahaan tersebut.

Dengan adanya promosi maka hal ini sangat membantu produk yang akan di tawarkan, sehingga dengan adanya sebuah promosi tersebut di harapkan para pelanggan bisa mengetahui produk yang ingin di jual dan melakukan pembelian. Berdasarkan kutipan dari (Yulianto, 2020, p. 169) bahwa Menurut Ahmad Subagyo, SE., MM., CRBD (2010 : 132) promosi adalah kegiatan pemasaran yang dirancang untuk menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain agar mereka tertarik pada produk atau layanan yang di tawarkan untuk melakukan transaksi atau pertukaran suatu produk atau jasa yang di pasarkan.

Kualitas informasi adalah sejenis bagian dari laporan yang telah disediakan dengan cara sempurna maupun nyata serta bisa melatih konsumen, apabila hendak memesan suatu produk maupun jasa. Keseluruhan sebuah laporan merupakan salah satu titik yang paling penting agar bisa dilakukan untuk seorang pelanggan ketika ingin melakukan pengambilan keputusan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Adapun faktor yang terpenting dalam memutuskan akan pembelian sebuah produk

atau jasa dikarenakan kualitas sebuah informasi. Jika informasi memenuhi harapan, itu untuk menguji sebuah keahlian. Apabila bermakna metode pembayaran, karena sedikitnya tenaga untuk menanggapi pembelian maka membuat proses transaksi menjadi lama.

Dari definisi diatas citra merek, promosi dan kualitas informasi akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Yoon (2002) Kepuasan adalah konsekuensi dari kepercayaan, menunjukkan bahwa kepercayaan berkorelasi positif dengan kepuasan pengguna akhir (Tjiptono, 2021, p. 152). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kepercayaan mempengaruhi kepuasan konsumen setelah menggunakan suatu barang atau jasa.

PT. Adaban Makmur Sukses yang berdiri di kota Batam tepatnya di Sungai Panas, PT. Adaban Makmur Sukses sudah beroperasi sejak tahun 2007, dengan saat ini memegang 4 brand ban motor maupun ban mobil yaitu Achilles, Michelin, Goodyear, dan Corsa. Dari tahun 2007 hingga tahun 2020 PT. Adaban Makmur Sukses hanya memegang 2 brand saja yaitu Achilles dan Corsa saja. Pada tahun 2021 memegang brand Michelin, brand ini sangat terkenal di kalangan orang yang suka merawat mobil dan suka dengan kenyamanan saat berkendara brand Michelin dikenal sebagai brand nomor satu di dunia. Dan saat 2022 memegang brand Goodyear, ban yang bermerek Goodyear ini diproduksi tepatnya di Bogor. Persaingan PT. Adaban Makmur Sukses sangat ketat karena adanya beberapa distributor yang bergerak di bidang yang sama pada lokasi yang berdekatan sehingga mengakibatkan pelanggan ragu akan melakukan

pembelian. Dimana hal ini sangat berpengaruh dengan pangsa pasar PT. Adaban Makmur Sukses.

Bagi setiap perusahaan yang bergerak terlebih dahulu biasa di bilang sebuah perusahaan itu sudah berdiri sejak lama harus bisa mempertahankan kinerja mereka maupun mempertahankan pelanggan mereka agar tidak pergi ke tempat orang lain. Masalah yang terjadi pada saat ini adalah kurangnya kualitas Informasi yang di berikan kepada pelanggan sehingga pelanggan tidak tertarik produk atau jasa apa yang di tawarkan untuk mereka. Setiap pelanggan pastinya mementingkan sebuah Informasi, Informasi yang kurang cocok sangat amat untuk tidak membuat pelanggan tertarik. Pelanggan yang datang untuk membeli pastinya akan berbeda – beda mulai dari usia, gaya hidup maupun pendidikan. Maka dari itu setiap perusahaan bisa membuat sebuah kualitas Informasi yang sangat baik sehingga pelanggan bisa menjadi konsumen yang tetap dengan ada nya perbedaan kualitas Informasi dengan perusahaan yang lain agar bisa memudahkan seorang pelanggan untuk datang membeli produk yang di ingin kan.

Di setiap perusahaan pasti nya memiliki kesan baik maupun buruk yang telah di berikan kepada pelanggan. Jika terdapat kesan yang buruk kepada pelanggan maka seorang pelanggan akan memberikan nilai yang buruk terhadap merek yang di tawarkan.

Terlampir data survey dari pelanggan mengenai kesan terhadap perusahaan PT Adaban Makmur Sukses:

**Tabel 1. 1** Hasil Prasurvey Citra Merek PT Adaban Makmur Sukses

Kesan Terhadap PT Adaban Makmur Sukses	Pelanggan
Barangnya tidak terorganizing	20 Orang
Ada produk tahun produksi lama	14 Orang
Proses pengerjaan lama	14 Orang
Lingkungan kurang nyaman	12 Orang
Harga tidak jelas	10 Orang

**Sumber** : Peneliti 2022

Dari data yang di kumpulkan 50 pelanggan yang merupakan salah satu konsumen PT Adaban Makmur Sukses. Beberapa pelanggan ini menginformasikan kesan yang di terima kurang baik kepada PT Adaban Makmur Sukses. Data di atas merupakan data kesan pelanggan terhadap PT Adaban Makmur Sukses, yaitu barangnya tidak terorganizing sebanyak 20 pelanggan, adanya produk dengan tahun produksi yang lama sebanyak 14 pelanggan, ada lagi proses pengerjaan yang lama sebanyak 14 pelanggan, selanjutnya terdapat lagi lingkungan yang kurang nyaman sebanyak 12 pelanggan dan harga yang tidak jelas sebanyak 10 pelanggan. Sejumlah data dapat di lihat bahwa citra merek PT Adaban Makmur Sukses kurang baik di mata pelanggan.

Terlampir data promosi yang telah dilakukan oleh PT Adaban Makmur Sukses:

**Tabel 1. 2** Data Promosi PT Adaban Makmur Sukses

Bulan	Tahun	Media Promosi	Jenis Promosi
November	2021	Iklan di Facebook & Instagram	Free pemasangan, angin nitrogen dan sporing.
Desember	2021	Iklan di Facebook & Instagram	Tidak ada promosi
Januari	2022	Iklan di Facebook & Instagram	Tidak ada promosi
Juni	2022	Iklan di Facebook	Tidak ada promosi
September	2022	Iklan di Facebook	Tidak ada promosi

**Sumber** : Data PT Adaban Makmur Sukses 2021 – 2022

Bisa di lihat dari tabel data promosi di atas bahwa di bulan November 2021 PT Adaban Makmur Sukses telah melakukan sebuah promosi melalui media sosial facebook dan Instagram dengan memberikan promosi berupa free pemasangan, angin nitrogen dan sporing, kemudian di bulan Desember dan Januari tidak memberikan jenis promosi apapun karena adanya kenaikan harga, sedangkan di bulan Juli sampai dengan bulan September hanya menggunakan media promosi facebook dikarenakan adanya keterbatasan dana.

Melainkan dari citra merek dan promosi, kualitas sebuah informasi sangat berpengaruh bagi seorang pelanggan untuk melakukan pembelian sebuah produk. Jika sebuah informasi yang kurang membuat seorang pelanggan akan ragu terhadap

keputusan pembelian suatu barang dan seorang pelanggan tidak akan merasakan kepuasan dalam membeli suatu produk.

Adanya keluhan dari pelanggan terhadap ban yang di jual oleh PT Adaban Makmur Sukses yang di sebabkan oleh penjual karena telah memberikan ukuran yang tidak sesuai dengan apa yang diminta, kesalahan informasi seperti inilah yang membuat seorang pelanggan tidak merasakan kepuasan.

**Tabel 1. 3** Data Penjualan Desember 2021 – Mei 2022

<b>Bulan</b>	<b>Total Penjualan</b>
Desember	Rp. 613.829.328
Januari	Rp. 520.751.327
Februari	Rp 612.264.920
Maret	Rp. 630.019.366
April	Rp 769.363.049
Mei	Rp. 671.174.567

**Sumber** : PT.Adaban Makmur Saukses

Dari sebuah data yang di ambil dari desember 2021 sampai mei 2022, Penjualan di PT. Adaban Makmur Sukses. Bisa di lihat dari desember 2021 total penjualan mencapai 613 juta, bulan selanjutnya yaitu bulan januari terjadi penurunan 520 juta dan bulan selanjutnya yaitu bulan februari terjadi kenaikan 612 juta, akan tetapi bulan maret terjadi kenaiakn hingga 630 juta dan juga bulan April terjadi kenaikan lagi hingga 769 juta, terjadi penurunan lagi di bulan mei hingga 671 juta. Bisa di lihat dari

data di atas bahwa pelanggan sendiri lah yang memutuskan akan pembelian suatu produk maupun jasa di sebuah tempat yang sudah pernah di beli atau ke sebuah tempat yang berbeda dan hal ini tergantung pada cara gaya hidup pelanggan dalam membeli suatu produk atau pun jasa dan penghasilan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor-faktor yang dapat menunjukkan variabel yang bermasalah. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan topik yang dipilih yaitu **“Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Adaban Makmur Sukses”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka pengidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kesan yang dirasakan oleh pelanggan buruk sehingga berdampak pada citra merek suatu perusahaan.
2. Banyaknya muncul merek ban lain, sehingga persaingan semakin ketat.
3. Promosi yang kurang aktif, perusahaan hanya menggunakan promosi melalui facebook dan instagam.
4. Kualitas informasi tidak jelas membuat pelanggan tidak puas terhadap produk.
5. Pelanggan yang ragu untuk memutuskan pembelian suatu produk karena kurangnya informasi yang di dapatkan.



6. Seringnya mendapatkan keluhan dari pelanggan, disebabkan kecacatan produk atau produk yang di kirim tidak sesuai dengan yang di minta.

### **1.3. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam, maka diperlukan batasan-batasan masalah seperti berikut ini:

1. Penelitian ini akan di lakukan di PT.Adaban Makmur Sukses yang berada dikota Batam.
2. Pembahasan akan mencakup pada citra merek, promosi, kualitas informasi dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.
3. Peneliti akan menggunakan kecenderungan keinginan pembelian dan pelanggan yang ingin melakukan pembelian.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Secara spesifik, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah terdapat pengaruh secara citra merek, promosi dan kualitas informasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Adaban Makmur Sukses?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui citra merek sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui informasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara citra merek, promosi dan kualitas informasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Adaban Makmur Sukses.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Dengan tercapainya tujuan-tujuan tersebut, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini dinantikan agar dapat bisa membagikan manfaat secara teoritis sekurang-kurangnya bisa di jadikan pengetahuan bidang di dalam lingkungan perusahaan dalam sebuah keahlian yang serupa. Penelitian ini di harapkan bisa memperluas pengetahuan atau pandangan dan bisa menjadi sebuah laporan yang membatu PT Adaban Makmur Sukses untuk bisa lebih berkembang umumnya pada variabel dalam penelitian yang dilakukan saat agar bisa menjadi sebuah pedoman untuk pebisnis yang lain atau sebuah usaha di bidang yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak berikut:

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi penulis. Bisa menjadikan sebuah informasi perbandingan untuk bahan penelitian selanjutnya.

b. Bagi PT Adaban Makmur Sukses

Dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan sekaligus juga bisa memberikan referensi untuk perusahaan yang sedang memikirkan dalam memperbesar bisnisnya agar pelanggan bisa tertarik akan produk maupun jasa yang di tawarkan dan melakukan keputusan pembelian di perusahaan tersebut.

c. Bagi Universitas Putera Batam

Diinginkan penelitian ini bisa untuk sebagai sebuah objek evaluasi maupun tambahan laporan atau masukan yang bisa bermanfaat untuk fakultas ekonomi Universitas Putera Batam.

d. Bagi Peneliti Lanjutan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang kepuasan pelanggan.