

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis bagaimanapun juga semakin ketat seiring dengan perkembangan ekonomi. Kehadiran perubahan cepat dalam preferensi, inovasi, dan persaingan yang serius adalah kenyataan yang dapat kita lihat, begitu banyak perusahaan mencari pintu terbuka pasar yang luar biasa. Perusahaan yang bergerak di bidang bisnis hiburan berkembang pesat, menyebabkan persaingan yang semakin padat. Secara umum pelanggan akan merasa senang apabila harapannya terpenuhi dan akan memakai lagi jasa atau barang tersebut.

Adanya keluhan yang menjadi kendala setiap bidang jasa yang menyatakan bahwa adanya ketidaksesuaian dengan harapan yang didapatkan pelanggan yang menjadi daya tarik pelanggan dalam memilih tempat inilah penyebab berkurangnya kualitas pelayanan (Winata & Evyanto, 2021). Semakin berkembangnya perusahaan jasa maka mengharuskan adanya perbaikan dan peningkatan yang lebih dalam memberikan pelayanan. Sebuah usaha akan berjalan baik apabila dapat dipandang baik oleh pelanggan, inilah yang lebih dipentingkan saat memberikan jasa atau produk ke pelanggan.

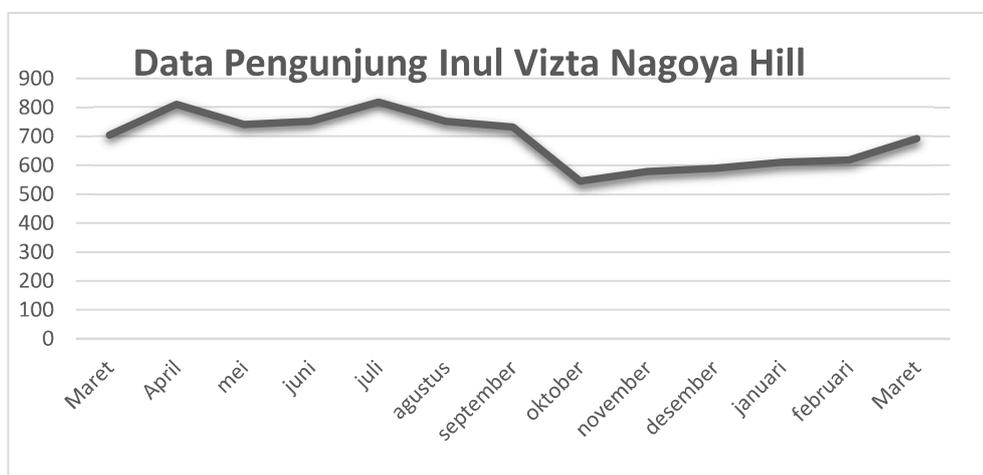
Sebagai bentuk perusahaan berusaha memenuhi keinginan pelanggannya maka perusahaan akan ada usaha untuk menarik pelanggan agar mau membeli barang atau memakai jasa perusahaan. Usaha ini akan berkembang jika perusahaan melakukan sebuah promosi kepada pelanggan sebagai daya tarik

perusahaan, inilah yang akan menjadi tolak ukur perusahaan dalam memenuhi keinginan pelanggan agar terwujud.

Upaya meningkatkan kualitas pelayanan menurut (Winda Evyanto, 2021) kualitas pelayanan merupakan sebuah hasil yang menjadikan harapan pelanggan terwujud dari ekspektasi yang diberikan perusahaan. Adanya keluhan yang dihasilkan dari harapan yang tidak terpenuhi oleh perusahaan ini akan langsung berdampak negatif terhadap penilaian kualitas pelayanan. Adanya kepercayaan akan produk atau jasa yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya ini efektif didapatkan jika pemberian kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan dalam mencapai kepuasan itu sendiri.

Faktor selanjutnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu promosi menurut (Sulaeman & Krisnawati, 2020) Promosi merupakan sebuah usaha yang dilakukan dalam memperkenalkan produknya sebagai suatu hal memberikan informasi dan menjajakan produk ke khalayak banyak agar dapat dibeli dan dikonsumsi. Diselenggarakan promosi ini, para pembuat berharap adanya angka kenaikan penjualan produk. Pemberian promosi pada produk atau jasa akan menimbulkan nilai secara langsung maupun tidak langsung yang memberikan citra tersendiri terhadap produk atau jasa. Aktivitas promosi ini memberikan manfaat jangka pendek dengan upaya pelanggan akan mencoba atau membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

PT Vizta Alpha Prakarsa Batam merupakan tempat usaha dunia hiburan yang berkembang dalam dunia bisnis hiburan, yang didirikan oleh penyanyi yang familiar yaitu Inul Daratista sejak tahun 2005 di daerah Jakarta utara (Ramadhan dkk, 2021). Vizta memasukkan posisi didunia hibura sebagai “ Karaoke Keluarga Yang Trendy Dan Selebizz” (I. Vizta, 2019a). Dalam pencapaian visi dan misi perusahaan ini maka Vizta ditargetkan kepada selera dari masyarakat setempat. Dunia hibura yang mengusung tema suasana *colorfull*, menyenangkan, nyaman dan “Selebriti Abizz”. Perusahaan waralaba yang cukup diminati ini juga memiliki beberapa pesaing dan kendala yang mengakibatkan adanya fluktuasi peningkatan penggunaan jasa layanan karaoke pada Karaoke Inul Vizta Nagoya Hill yang didapati seperti gambar 1.1 berikut pada tahun terakhir:



Gambar 1. 1 Data Pelanggan di Karaoke Inul Vizta Nagoya Hill

Sumber : Inul Vizta Nagoya Hill

Pada gambar diatas dapat dijabarkan bahwa adanya kenaikan dan penurunan di setiap bulannya yang menandakan bahwa pelanggan yang menggunakan jasa layanan

di Karaoke Inul Vizta Nagoya Hill belum mencapai kepuasan pelanggan maka dibutuhkan usaha dalam peningkatan layanan serta promosi dalam kepuasan pelanggan.

Dalam beberapa kasus yang ditemui pada Karaoke Inul Vizta Nagoya Hill, bahwa terdapat keluhan akan karyawan yang kurang ramah dirasakan konsumen, adanya keluhan pelanggan karena karyawan sangat lama dalam merespon jika pelanggan membutuhkan bantuan. Hal ini juga disebabkan peralatan yang ada di Karaoke Inul Vizta masih sangat terbatas dan kurang berkembang karena masih menggunakan remot dalam memilih lagu, sehingga pelanggan kesulitan dalam menggunakan jasa layanan Karaoke Inul Vizta karena sering macet dan telah pudar tulisan tombol remotnya. Permasalahan ini bisa dilihat di data dibawah ini :

Tabel 1. 1 Data Keluhan Pelanggan

Jenis Keluhan	Mar	Apr	mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
Karyawan kurang ramah melayani pelanggan	3	4	4	3	2	5	3	5	2	5	3	4	3
Karayawan kurang tanggap	2	2	1	2	3	2	2	6	4	4	5	4	5
Alat yang digunakan sering macet	3	6	3	3	3	3	4	2	5	1	2	2	3
Total	8	12	8	8	8	10	9	13	11	10	10	10	11

Sumber: Survey, 2022

Berdasarkan tabel 1. Diatas maka dapat disimpulkan bahwa keluhan pelanggan yang berkunjung ke karaoke Inul Vizta yang membuat adanya kendala pada pelayanan di inul vizta yang dirasa kurang memuaskan pelanggan yang menggunakan jasa karaoke di Inul Vizta Nagoya Hill.

Selain kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga di pengaruhi oleh promosi. Promosi yang diberikan oleh PT Vizta diantaranya memberikan potongan harga hanya diberikan kepada pelanggan yang menjadi member sebesar 10% di seluruh outlet inul vizta tetapi tidak dapat digabung dengan promo lainnya berlaku setiap hari, mahasiswa *discount* 20% (mahasiswa UIB, UPB, POLTEK) berlaku setiap hari, dan bagi yang sedang berulang tahun mendapatkan *discount* 50% per room (F. K. I. Vizta, 2019) hanya berlaku pada jam *regular* saja. Promo member hanya berlaku 1 tahun dan pelanggan yang melebihi jangka waktu maka harus mengulang kembali dengan syarat mengumpulkan bill transaksi sebesar Rp 500,000. Ini lah yang menjadi keluhan pelanggan karena memperibet pelanggan yang telah berlangganan di Karaoke Inul Vizta.

Keterbatasan promosi ini membuat keputusan pelanggan beralih ke tempat hiburan lain yang lebih murah, karena promosi yang terbatas dengan harga yang mahal menjadi keputusan pembelian jasa pelanggan dan mempengaruhi kepuasan pelanggan. diketahui harga promosi yang diberikan Karaoke Inul Vizta sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Room Type Karaoke Inul Vizta

Inul Vizta				
Room Type	Keterangan			
	Senin- Kamis 11.00-18.00	Senin- Kamis > 18.00	Jumat- Minggu & Hari libur 11.00-18.00	Jumat- Minggu & Hari libur > 18.00
Small	Rp 35,000	Rp 70,000	Rp 56,000	Rp 80,000
Medium	Rp 42,500	Rp 85,000	Rp 66,500	Rp 95,000
Large	Rp 60,000	Rp 120,000	Rp 94,500	Rp 135,000
Deluxe	Rp 82,500	Rp 165,000	Rp 129,500	Rp 185,000
VIP	Rp 105,000	Rp 210,000	Rp 168,000	Rp 240,000

Sumber: survey, 2022

Pada tabel 1.2 terdapat harga yang terbilang mahal dibanding dengan pesaing lainnya meski telah diberi disc 50% di jam 11.00 s/d 18.00 wib pada *weekdays* dan 30% di jam 11.00 s/d 18.00 wib di *weekend* . Karaoke Inul Vizta sebenarnya perlu lebih dikembangkan lagi karena melihat pesaing pesaing lainnya yang tidak kalah dalam pemasarannya seperti happy puppy, K one karaoke dan karaokekan Nagoya Narumi.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu upaya pendorong utama yang dapat mempererat hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan merupakan hal yang dapat dirasakan senang atau kecewa yang timbul dari perasaan seseorang yang dapat memberikan perbandingan antara kinerja sebuah produk dengan keinginan pribadi. Hal yang mempengaruhi sebagai indikator kepuasana pelanggan berasal mutu pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik ini merupakan harapan dari pelanggan yang diberikan melalui dari nilai yang diberikan ke perusahaan sebagai bentuk suka atau tidak sukanya pelanggan menggunakan jasa perusahaan atau produk perusahaan (Hymy & Tanoto, 2019)

Diambil dari permasalahan yang didapati dalam latar belakang diatas maka penulis menentukan judul penelitian ialah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Vizta Alpha Prakarsa Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah dijabarkan diatas maka dapat ditentukan masalah yang terdapat ialah:

1. Karyawan kurang tanggap dan kurang ramah dalam melayani pelanggan
2. Peralatan Inul Vizta yang kurang mengikuti jaman
3. Promosi yang diberikan dimana PT Vizta tidak menjangkau semua pelanggan
4. Karyawan sangat lama dalam merespon jika pelanggan membutuhkan bantuan.
5. Kenaikan dan penurunan di setiap bulannya yang menandakan bahwa pelanggan Karaoke Inul Vizta Nagoya Hill belum mencapai kepuasan pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Adanya keterbatasan waktu dan biaya maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti. Hanya memfokuskan pada Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan di karaoke Inul Vizta Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Vizta Alpha Prakarsa Batam?

2. Apakah Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Vizta Alpha Prakarsa Batam?
3. Apakah Kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Vizta Alpha Prakarsa Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas secara parsial pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Vizta Alpha Prakarsa Batam
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Vizta Alpha Prakarsa Batam
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT Vizta Alpha Prakarsa Batam

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Pembaca

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kepentingan khalayak orang banyak bagi kepentingan terhadap kualitas pelayanan dan promosi

terhadap kepuasan pelanggan PT Vizta Alpha Prakarsa Batam sebagai bahan kajian dalam penelitian lebih lanjut.

b. Bagi Penulis

Penelitian memberikan manfaat lebih bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan wawasan secara teori yang diharapkan dapat membantu dalam perkuliahan pada kenyataan yang ada.

2. Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan yang bersangkutan yakni pengelola PT Vizta Alpha Prakarsa Batam dalam mengembangkan strategi mengambil keputusan terhadap hal kualitas pelayanan dan promosi yang diberikan kepada pelanggan terkhusus PT Vizta Alpha Prakarsa lebih memperhatikan atribut yang dianggap dapat menunjang pelanggan agar terpuaskan terhadap jasa yang diberikan perusahaan.