

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era perkembangan zaman yang semakin maju banyak sekali perubahan-perubahan yang terjadi dari sebelumnya. Majunya perekonomian di Indonesia saat ini ditandai dengan pertumbuhan bisnis yang begitu pesat. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usahanya. Hal ini menyebabkan persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan semakin ketat dalam dunia bisnis. Perusahaan juga sebagai pelaku bisnis harus lebih cermat dan tanggap dalam mengamati kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga mereka tahu apa yang diinginkan masyarakat dan dapat memenuhinya.

Meningkatnya mobilitas masyarakat dari satu tempat ketempat yang lain saat ini didukung dengan kurang representatifnya transportasi umum di Indonesia membuat industri otomotif baik mobil maupun sepeda motor berkembang dengan pesat. Kurangnya pelayanan transportasi umum yang baik menjadikan masyarakat memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan kendaraan pribadi. Mobil merupakan produk yang memberikan manfaat bagi pemiliknya dan dapat memberikan kenyamanan bagi penggunanya karena dapat melindungi dari panas dan hujan ditambah fasilitas yang ada pada mobil tersebut.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang otomotif, hal ini merupakan suatu peluang untuk menunjukkan keunggulan produk yang mereka jual dengan tujuan untuk menguasai pangsa pasar. Perusahaan saling berlomba-lomba dalam merebut

pangsa pasar agar para konsumen membeli produk yang ditawarkan dan berusaha mempertahankan pelanggan agar tidak berpaling ke produk yang sama dari perusahaan yang berbeda. Akibatnya konsumen lebih selektif dalam membuat keputusan pembelian mobil.

Kota Batam terkenal dengan kota industri, karena banyaknya investor yang berinvestasi di Kota Batam. Banyaknya perindustrian yang di Kota Batam menarik minat pencari kerja untuk datang ke Kota Batam. Sehingga bertambahnya penduduk di Kota Batam membuat jumlah pemakaian kendaraan pribadi di Kota Batam setiap tahun semakin meningkat, hal ini dikarenakan kebutuhan akan sarana transportasi sangat penting.

PT Rodamas Makmur Motor merupakan salah satu perusahaan otomotif di kota Batam yang menjadi dealer resmi Suzuki yang menyediakan pilihan mobil-mobil terbaik dengan informasi terdepan. Pusat kantor PT Rodamas Makmur Motor bertempat di Jl. Yosudarso Sei Baloi, Batam. Untuk meningkatkan pelayanan dan memenuhi kepuasan konsumen secara maksimal, maka PT Rodamas Makmur Motor telah melakukan standarisasi 3S (Sales, Service, Spareparts). Dalam memperluas jaringan penjualan, perbaikan dan suku cadang produksi Suzuki, maka PT Rodamas makmur Motor memperhatikan faktor-faktor seperti kualitas pelayanan dan promosi yang maksimal kepada konsumen dan calon konsumen.

Kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi (harapan) pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi

kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pada umumnya layanan yang bertarif tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering (Tjiptono, 2008:85).

Memberikan pelayanan yang baik merupakan strategi yang sangat penting untuk mendapatkan pelanggan yang baru. Untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik maka perlu dibina hubungan yang erat antara perusahaan, dalam hal ini adalah karyawan dengan pemakai jasa tersebut. Dengan demikian maka kualitas merupakan faktor kunci sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan (Laksamana, 2008:88). Dalam jurnal tresna wulandari menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Wulandari, 2017).

PT Rodamas Makmur Motor Batam menyediakan mobil-mobil terbaik milik Suzuki dengan informasi terdepan dan pelayanan yang maksimal misalnya memakai seragam yang rapi, keramahan dalam melayani pertanyaan-pertanyaan seputar produk dari calon seorang konsumen, dan menyediakan sistem informasi. Untuk bengkel dilengkapi sarana dan peralatan yang sesuai dengan standar Suzuki yang modern, layanan cuci mobil gratis, vacuum, semir ban serta menjual suku cadang yang mudah didapat. Selain itu konsep desain bangunan memberikan kesan mewah dan nyaman kepada konsumen dan calon konsumen. Tetapi pelayanan yang di berikan belum sesuai harapan konsumen, masih ada konsumen yang mengeluhkan pelayanan untuk bengkel yang tidak beroperasi setiap hari, karyawan tidak ramah dalam melayani konsumen, lama dalam merespon

keluhan-keluhan dari konsumen pasca pembelian serta kurangnya persediaan suku cadang yang menimbulkan kekecewaan konsumen.

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2008:219). Penelitian ini diperkuat oleh (Gerung, Sepang, & Loindong, 2017) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kegiatan promosi yang dilakukan PT Rodamas Makmur Motor diantaranya melalui media cetak seperti melalui periklanan pada media online maupun media lainnya, memberikan hadiah yang menarik bagi pembelian mobil Suzuki, melakukan program diskon atau pemberian potongan harga pada periode tertentu dan mengadakan pameran dipusat perbelanjaan. Tetapi kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan belum terlaksana dengan maksimal karena tingginya biaya promosi volume penjualan yang mengalami penurunan setiap tahunnya, laba yang di dapatkan perusahaan mengalami penurunan, dan masih banyak konsumen yang meminta diskon yang lebih tinggi.

Keputusan pembelian merupakan tahapan proses akhir dari serangkaian tahapan proses yang terjadi pada perilaku konsumen. Pengambilan keputusan konsumen merupakan proses interaksi antara sikap afektif, sikap kognitif, sikap behavioral dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran

dalam semua aspek kehidupannya. Sikap kognitif merefleksikan sikap pemahaman, sikap afektif merefleksikan sikap keyakinan dan sikap behavioral merefleksikan sikap tindakan nyata (Mulyadi, 2012:194-195). Berikut ini disajikan tabel data penjualan produk mobil Suzuki dari tahun 2015 sampai dengan 2017 di PT Rodamas Makmur Motor Batam.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Mobil Suzuki PT Rodamas Makmur Motor Batam 2015-2017

BULAN	TAHUN		
	2015	2016	2017
JANUARI	17	15	15
FEBRUARI	15	16	12
MARET	18	15	14
APRIL	17	17	17
MEI	15	16	18
JUNI	16	15	15
JULI	19	17	17
AGUSTUS	17	19	14
SEPTEMBER	11	14	15
OKTOBER	16	13	13
NOVEMBER	14	15	14
DESEMER	13	14	16
TOTAL	188	186	180

Sumber: Data Penjualan PT Rodamas Makmur Motor Batam

Berdasarkan data penjualan diatas terjadi penurunan penjualan mobil Suzuki pada PT Rodamas Makmur Motor Batam setiap tahunnya. Pada tahun 2015 penjualan mobil Suzuki berada di angka 188 unit, tahun 2016 penjualan berada di 186 unit dan di tahun 2017 berada di angka 180 unit. Menurut informasi yang diperoleh dari salah satu staff karyawan PT Rodamas Makmur Motor Batam bahwa penurunan penjualan mobil Suzuki disebabkan banyaknya pesaing dari dealer merek mobil sejenis maupun merek mobil lain selain itu lemahnya

perekonomian masyarakat di Kota Batam menjadi penyebab angka penjualan mobil Suzuki menurun. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT RODAMAS MAKMUR MOTOR BATAM”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih ada konsumen yang mengeluhkan pelayanan untuk bengkel yang tidak beroperasi setiap hari, karyawan tidak ramah dalam melayani konsumen, lama dalam merespon keluhan-keluhan dari konsumen pasca pembelian serta kurangnya persediaan suku cadang yang menimbulkan kekecewaan konsumen.
2. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan belum terlaksana dengan maksimal karena tingginya biaya promosi, volume penjualan yang mengalami penurunan setiap tahunnya, laba yang di dapatkan perusahaan mengalami penurunan, dan masih banyak konsumen yang meminta diskon yang lebih tinggi.
3. Banyaknya pesaing dari dealer merek mobil sejenis maupun merek mobil lain dan lemahnya perekonomian masyarakat di Kota Batam menjadi penyebab angka penjualan mobil Suzuki menurun.

1.3 Batasan Masalah

Bedasarkan indentifikasi masalah diatas dan dikarenakan keterbatasan waktu, biaya dan ruang, sehingga peneliti memfokuskan dan membatasi penelitian hanya pada produk mobil Suzuki yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan promosi pada keputusan pembelian PT Rodamas makmur Motor Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan masalah didalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Rodamas Makmur Motor Batam?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Rodamas Makmur Motor Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Rodamas Makmur Motor Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Bedasarkan latar belakang masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Rodamas Makmur Motor Batam.

2. Untuk mengetahui promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Rodamas Makmur Motor Batam.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Rodamas Makmur Motor Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis yang berguna bagi semua kalangan. Adapun manfaatnya adalah sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat berguna untuk memperdalam pengetahuan mengenai kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada perusahaan-perusahaan di Kota Batam.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk peneliti
Dapat menambah pengetahuan peneliti dan dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat pada masa kuliah
2. Untuk Perusahaan
Diharapkan dapat memberikan masukan yang positif dan dapat membantu pihak manajemen perusahaan pentingnya penerapan kualitas pelayanan dan

promosi dalam membantu keputusan pembelian dalam menunjang kegiatan bisnis.

3. Untuk kampus

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan sumber referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya khususnya mengenai manajemen bisnis dan kaitannya dengan manajemen pemasaran.