

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan bisnis di kota Batam saat ini dapat dikatakan sangat ketat karena semakin berkembangnya ilmu, budaya dan teknologi sehingga semakin banyaknya kompetitor yang membuka bisnis dibidang yang sama. Bisnis merupakan hal yang penting terutama pada perkembangan zaman sekarang dimana para pelaku bisnis melakukan penjualan dan pelayanan kepada konsumen untuk mendapatkan penghasilan. Agar bisa berhasil dalam bisnis yang kompetitif, pelaku bisnis memerlukan strategi yang cepat dan tepat. Mengapa cepat dan tepat? Sebab apabila pengambilan sebuah keputusan yang kurang baik dan lambat, pelaku bisnis akan ketinggalan sesama kompetitor. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran pekerjaan *stainless steel* dan besi, maka salah satu upaya yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi kualitas pelayanan dan promosi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam mempertahankan kelangsungan bisnis di tengah ketatnya persaingan, perusahaan harus mengupayakan berbagai cara untuk menjaga kepuasan pelanggan. Pelanggan dinilai cukup cerdas saat ini dalam menentukan pilihan konsumsi sebagai akibat dari kemudahan memperoleh informasi (Arsyanti, Rahayu, & Astuti, 2016:1).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil

terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2009:139). Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Pelanggan yang menikmati produk barang atau jasa mungkin akan mengembangkan sikap yang mendukung perusahaan penghasil produk barang atau jasa tersebut. Sebagai contoh, dengan berkata positif tentang produk, merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, loyal atau setia kepada produk perusahaan, dan membayar produk dengan harga premium (Lupiyoadi, 2014:239).

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan lebih tepatnya pelayanan pemesanan pagar, tralis, pintu, pintu dorong, balkon, *stainless steel* dan besi yang di dalamnya terdapat penyampaian jasa, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu hal yang penting dalam memuaskan pelanggan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan mendapat suatu nilai tambah tersendiri bagi suatu perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan pemakaian (Hadiyati dalam Ngutji, Tumbel, & Rotinsulu, 2014:162). Terdapat 5 dimensi yang digunakan untuk menilai kualitas pelayanan yaitu *tangible* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan),

*assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) (Parasuraman dalam Tjiptono & Chandra, 2016:137).

Mengingat tingkat persaingan terus meningkat, maka pihak perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan termasuk kualitas pelayanan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggannya atau calon pelanggan lain. Kualitas pelayanan termasuk dalam salah satu bauran pemasaran yang dapat membangun hubungan dengan para pelanggan. Selain kualitas pelayanan, ada variabel lain yang dapat menciptakan interaksi antara perusahaan dengan pelanggan maupun calon pelanggan yaitu promosi.

Promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan (Sunyoto, 2015:151). Terdapat 5 jenis promosi yang terdiri dari penjualan tatap muka (*personal selling*), periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), dan hubungan masyarakat (*public relation*) (Sunyoto, 2015:152).

PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam adalah perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan pagar, tralis, pintu, pintu dorong, balkon, *stainless steel* dan besi. Menurut hasil survei di PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam, kualitas pelayanan yang diberikan masih kurang karena belum adanya bagian *customer service* dan tempat pelayanan dalam perusahaan tersebut sehingga yang melayani pelanggan adalah karyawan atau pekerja proyek yang berada di lantai dasar perusahaan. Pada dasarnya *customer service* memiliki peran yang sangat penting dalam menangani setiap keluhan yang ada dari pelanggan

yang mungkin timbul. Dengan adanya *customer service* yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik, pelanggan akan memiliki tempat untuk menyampaikan pengaduannya dan tentunya akan sedikit mengurangi rasa kecewa yang mungkin timbul akibat dari transaksi yang telah terjadi sebagai pengguna produk dan jasa (Lumbantobing, 2015:14).

Sedangkan promosi yang dilakukan di PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam hanya lebih terfokus dengan cara mulut ke mulut atau tatap muka langsung. Pada pembahasan sebelumnya ada terdapat 5 jenis promosi, sehingga akan lebih baik apabila perusahaan mampu memerhatikan ke 5 jenis tersebut untuk mencapai harapan pelanggan karena semakin banyaknya persaingan bergerak di bidang yang sama di kota Batam, sehingga kurangnya promosi yang baik kemungkinan akan berdampak terhadap pelanggan untuk beralih ke kompetitor lain.

**Tabel 1.1** Jumlah Proyek dan Pelanggan PT Stainlessindo Anugrah Karya  
Pertahun 2014-2016

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Proyek</b>	<b>Jumlah Pelanggan</b>
2014	60	53
2015	54	49
2016	51	44

Sumber : PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam

Berdasarkan tabel 1.1 , dapat diketahui bahwa jumlah proyek dan pelanggan PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam pada tahun 2014 sampai dengan 2016 mengalami penurunan, sehingga diindikasikan bahwa kondisi kualitas pelayanan, promosi, dan kepuasan pelanggan belum sepenuhnya sesuai dengan yang diharapkan. Peran kualitas pelayanan dan promosi diperkirakan sangat penting terhadap kepuasan pelanggan sehingga perlu dilakukan evaluasi dari sisi

pelanggan. Oleh karena adanya permasalahan di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Belum adanya *customer service* sebagai bagian khusus pelayanan pelanggan dalam perusahaan.
2. Belum adanya tempat khusus untuk seorang pelanggan dilayani.
3. Promosi dalam perusahaan lebih terfokus melalui mulut ke mulut atau tatap muka saja.
4. Banyaknya kompetitor lain yang memproduksi barang yang sejenis sehingga terjadinya persaingan.
5. Diperkirakan tingkat kepuasan pelanggan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan karena kualitas pelayanan dan promosi yang belum maksimal.

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini hanya mengenai:

1. Variabel yang akan diteliti adalah kualitas pelayanan, promosi, dan kepuasan pelanggan.

2. Penelitian dilakukan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam.
3. Dan hanya dilakukan kepada pelanggan PT Stainlessindo Anugrah di kota Batam.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam.
2. Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan studi lanjutan yang relevan dan bahan kajian kearah pengembangan konsep-konsep kepuasan pelanggan yang mendekati pertimbangan-pertimbangan kontekstual dan konseptual.
2. Memberikan informasi yang akurat bagi pembentukan konsep yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.
3. Mengidentifikasi berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan bagi terwujudnya kepuasan pelanggan yang diharapkan.
4. Memberikan konsep atau model yang dapat digunakan sebagai rujukan terhadap kepuasan pelanggan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Objek Penelitian

- a. Masukan bagi PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam mengenai tingkat kualitas pelayanan dan promosi dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.
  - b. Masukan bagi pengambil kebijakan selaku pimpinan PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam mengenai kualitas pelayanan dan promosi dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.
  - c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam.
2. Bagi Universitas Putera Batam
- a. Bahan acuan dan referensi untuk Universitas Putera Batam dalam upaya mencari dan mengembangkan tingkat kualitas pelayanan dan promosi untuk peningkatan kepuasan pelanggan.
  - b. Sebagai informasi tambahan untuk jurusan Manajemen Bisnis di Universitas Putera Batam.
3. Bagi Masyarakat
- Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan di suatu perusahaan.