

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis Indonesia pada masa sekarang, persaingan antar perusahaan semakin ketat. Dalam kondisi persaingan ini, perusahaan diuntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi penjualan. Perusahaan masa sekarang harus sungguh-sungguh menyiapkan masa depan perusahaan dengan baik agar perusahaan tetap bisa bertahan dan bersaing dalam kompetisi yang kuat. Salah satu dunia bisnis yang bersaing ketat misalnya produk aksesoris seluler. Pelengkapan aksesoris seluler lainnya seperti kabel, baterai, pembersih layar, adaptor, speaker dan perlengkapan aksesoris seluler lainnya yang ada di wilayah Indonesia. Salah satu perusahaan yang menjual aksesoris seluler yaitu PT Krisna Karya Perkasa. Banyaknya perusahaan yang menjual aksesoris hp membuat persaingan di bisnis aksesoris seluler semakin tinggi dan mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih produk aksesoris seluler yang diminati pelanggan sendiri.

Kualitas layanan adalah keseluruhan karakteristik dan karakteristik dari suatu produk atau layanan dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang ditentukan sebelumnya atau laten, dengan menekankan orientasi memenuhi harapan pelanggan untuk mendapatkan kecocokan untuk digunakan. (*fitness for use*) (Hadiyati, 2010: 83). Kualitas pelayanan mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang. Ketika pelanggan menemukan kualitas produk dan

harga yang sama antar perusahaan sejenis, pelanggan pasti memilih perusahaan yang menurutnya memiliki kualitas pelayanan terbaik yang dapat memuaskan pelanggan itu sendiri. Jadi, perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang dapat memberi nilai lebih sehingga berbeda dengan kualitas pelayanan para pesaing dan juga perusahaan mendapatkan loyalitas dari pelanggan tersebut. Berdasarkan observasi, kurang kualitas pelayanan adalah kurang daya tanggap.

Masalah lain adalah promosi penjualan, Promosi adalah sebagian dari aktivitas pemasaran dan dikenal sebagai unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Promosi sangat dibutuhkan oleh perusahaan karena tujuannya mempercayakan konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Effendy, 2017: 3). Promosi berupaya memberi tahu atau menawarkan produk atau layanan untuk menarik calon pelanggan untuk membeli atau mengkonsumsinya dengan promosi produsen atau distributor yang mengharapkan peningkatan jumlah penjualan, di mana promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran penting bagi perusahaan dalam upaya untuk menjaga kontinuitas dan meningkatkan kualitas penjualan. Dengan meningkatnya persaingan di antara perusahaan yang semakin tinggi, PT Krisna Karya Perkasa harus meningkatkan strategi pemasarannya sehingga pelanggan tetap berada dalam bisnis ini. Salah satu untuk mempertahankan konsumen dibisnis ini yakni mempromosikan produk penjualan, cara mempromosikan produk misalnya beriklan di pusat grosir, mendekati pelanggan melalui telepon, promosi melalui surat dan promosi penjualan lainnya. Kurangnya promosi penjualan disebabkan oleh kurang potongan harga pada setiap pembelian

Loyalitas pelanggan adalah suatu efek yang secara langsung keluar dari seseorang yang muncul setelah seseorang merasa puas, percaya, tertarik pada suatu produk atau layanan yang telah menjadi loyalitas terhadap produk atau jasa tersebut sehingga seseorang akan mempercayai semua produk atau layanan dari perusahaan tersebut. Menurut Surachman & Azis (2017: 2384) Loyalitas pelanggan merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merek, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk. Jika produk tidak mampu memuaskan pelanggan, pelanggan akan bereaksi dengan cara exit (pelanggan menyatakan berhenti membeli merek atau produk) dan voice (pelanggan menyatakan ketidakpuasan secara langsung kepada perusahaan). Pelanggan akan loyal terhadap suatu perusahaan dapat dikarenakan kualitas pelayanan yang baik, jika suatu perusahaan tidak memiliki kualitas pelayanan yang baik dan promosi penjualan yang menarik maka pelanggan tidak akan loyal terhadap perusahaan tersebut.

PT Krisna Karya Perkasa adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *supplier* aksesoris seluler di Kota Batam. Di mana lokasi perusahaan berada di Nagoya Citywalk Blok A No 09. Masalah penurunan pelanggan juga terjadi pada PT Krisna Karya Perkasa.

Berdasarkan data pelanggan yang di peroleh dari *Human Resource Department* PT Krisna Karya Perkasa sebagai berikut:

Tabel 1.1. Data Penjualan PT Krisna Karya Perkasa bulan Januari 2018 – Juni 2018

Tahun 2018	
Bulan	Penjualan Aksesoris seluler PT Krisna Karya Perkasa
Januari	107
Februari	105
Maret	94
April	76
Mei	75
Juni	58

Sumber: *Human Resource Department* PT Krisna Karya Perkasa

Data pelanggan PT Krisna Karya Perkasa pada tabel 1.1 diolah menggunakan Microsoft excel dengan menggunakan rumus countif. Berdasarkan pada Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa pelanggan pada tahun 2018 bulan mei dan juni menurun. Sehingga PT Krisna Karya Perkasa mengalami kekurangan pelanggan. Kurangnya loyalitas pelanggan dalam perusahaan ini dikarenakan kurangnya kualitas pelayanan dan promosi penjualan yang kurang menarik perhatian pelanggan menyebabkan Perusahaan akan kekurangan pelanggan tetap sehingga dapat mengurangi pendapatan, kurang minat beli dan kurangnya kualitas produk.

Penelitian ini merujuk jurnal internasional dengan judul “*The effect of service quality and promotion to customer satisfaction and implication of customer loyalty in vehicle financing company in Jakarta Indonesia*” yang menyatakan bahwa ada pengaruh simultan yang signifikan antara kualitas layanan dan variabel promosi terhadap kepuasan pelanggan. Ada pengaruh simultan yang signifikan antara variabel kualitas layanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan, ada pengaruh parsial yang signifikan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, ada simultan yang signifikan, pengaruh antara kualitas layanan dan

promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (Rasmansyah, 2017: 27).

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik membuat judul ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Krisna Karya Perkasa”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan kurang disebabkan oleh kurang daya tanggap.
2. Promosi penjualan kurang disebabkan oleh kurang kurangnya potongan harga pada setiap pembelian.
3. Loyalitas Pelanggan kurang disebabkan oleh kurangnya pelayanan dan kurang promosi.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini menjadi lebih fokus, fokus, dan tidak menyimpang dari pembahasan yang telah diambil, maka batasan masalah akan sepenuhnya dibahas dalam ruang lingkup Kualitas Pelayanan (X_1), Promosi Penjualan (X_2) dan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada pelanggan PT Krisna Karya Perkasa di Kota Batam dan batas waktu melaksanakan penelitian pada maret 2019. Tidak membahas masalah dari luar pembahasan tersebut.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penulisan ilmiah adalah

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Krisna Karya Perkasa di Kota Batam?
2. Apakah Promosi Penjualan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Krisna Karya Perkasa di Kota Batam?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Krisna Karya Perkasa di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Krisna Karya Perkasa di Kota Batam.

2. Untuk mengetahui Promosi Penjualan pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Krisna Karya Perkasa di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan pengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Krisna Karya Perkasa di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi bahan rujukan atau informasi, pembaruan, metodologi dan informasi empiris tentang keputusan kebijakan di perusahaan yang terkait dengan pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan lebih lanjut dalam menyusun kebijakan kinerja di perusahaan yang terkait dengan pemasaran.

3. Manfaat Bagi Penulis

Untuk mengetahui pengaruh terbesar antara Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan terhadap loyalitas pelanggan untuk mencapai tingkat penjualan yang tinggi, dan dapat digunakan sebagai analisis sebelum membuka bisnis di hari lain.