

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti saat ini, perdagangan semakin meluas dan bebas. Hal ini membuat banyaknya pesaing di sektor perekonomian semakin sengit dan menyebabkan banyaknya permasalahan dan halangan maupun rintangan di suatu perusahaan dalam kondisi perekonomian dunia yang terus berkembang dengan pesat. Suatu perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang baik dan cepat di bidang jasa maupun manufaktur sesuai dengan keinginan pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya mengingat akan jumlah populasi yang banyak tersebut. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan.

Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha - usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka dapat memberikan saran maupun informasi penting bagi perusahaan dalam mengatur strategi pemasaran agar terciptanya kepuasan bagi

konsumen ataupun pelanggannya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang menyertakan janjinya kepada kepuasan pelanggan. Hal yang terpenting bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan ialah memberikan nilai kepuasan untuk pelanggan melalui produk dan jasa yang berkualitas dan tentunya dengan harga yang bersaing. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi kelangsungan dan perkembangan di perusahaan. Pada saat ini banyak perusahaan yang mengerti makna penting dari kepuasan pelanggan dan melaksanakan strategi dalam memberikan kepuasan bagi pelanggannya.

Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada kepuasan para pelanggannya di satu sisi dan kemampuan menghasilkan laba di sisi lainnya. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Dalam mengembangkan kepuasan pelanggan terdiri dari beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu diantaranya adalah harga dan kualitas pelayanan. Faktor pertama yang berpengaruh pada kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan,

dimana pelayanan baik berakibat besar terhadap kepuasan pelanggan. Walaupun pelayanan atau jasa merupakan barang yang tidak berwujud, tetapi pelayanan bisa dinilai berdasarkan pengalaman seseorang. Kualitas pelayanan bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan karena terjadinya hubungan antara konsumen dengan perusahaan. Sesuai dengan konsep kepuasan konsumen, bahwa kepuasan konsumen dapat terpenuhi apabila hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan menjadi faktor yang sangat penting terhadap keberhasilan usaha. Perusahaan yang menawarkan kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan dampak positif pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha mewujudkan kenyamanan dan kepuasan terhadap pelanggan agar pelanggan merasa mempunyai nilai lebih dari yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan percaya dan nyaman terhadap jasa, maka secara otomatis akan lebih mudah membentuk niat dalam membeli ulang. Kualitas layanan yang bagus dan terpercaya, secara otomatis produk akan selalu diingat oleh konsumen. Jadi, baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang buruk seperti lambatnya respon ataupun kurang sesuai dengan perkataan yang dijanjikan perusahaan kepada pembeli dapat berakibat fatal dalam kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, dikarenakan dimensi dan indikator setiap orang dapat berbeda – beda.

Selain kualitas pelayanan, harga merupakan faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Bagi konsumen harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau

tidak. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Strategi penetapan harga sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Strategi penetapan harga harus didasarkan pada pemahaman yang jelas tentang tujuan penetapan harga suatu perusahaan. Keputusan penetapan harga merupakan keputusan yang kompleks dan sulit bagi perusahaan, karena keputusan penetapan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran perusahaan. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi di dalam perusahaan.

Menurut (Efnita, 2017: 111) harga merupakan satuan uang yang dipakai guna memperoleh suatu barang. Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen - komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru. Pelanggan melakukan survey harga di perusahaan lain terlebih dahulu ataupun tidak jadi membeli dikarenakan harga tergolong cukup tinggi yang menyebabkan pelanggan tidak memperoleh laba. Harga dan kualitas layanan mempunyai kaitan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Harga tinggi dapat mengakibatkan konsumen untuk berpikir ulang dalam membeli produk tersebut, harga yang tidak stabil juga dapat mempengaruhi pelanggan untuk tetap berlangganan, kualitas produk yang tidak sesuai ataupun kerusakan produk dapat

mengakibatkan pelanggan kecewa sehingga mempengaruhi penjualan perusahaan, dan juga dengan kualitas pelayanan yang memerlukan karyawan untuk berhubungan dengan pelanggan. Pelayanan yang tidak memuaskan contohnya seperti respon yang lambat, perjanjian yang tidak sesuai, tidak ramah dapat mempengaruhi konsumen. Sehingga konsumen menjadi tidak nyaman dan enggan membeli produk pada perusahaan tersebut.

PT Startmara Pratama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan dan penyalur produk makanan yang berlokasi di Batam contoh produk – produknya Indomie, Bentoel, Coffee Boas, Delibis, Fonterra dan lain - lain. Dari masalah yang disebutkan. Masalah yang sering dihadapi perusahaan Startmara Pratama ini adalah sering kehilangan pelanggan, dalam hal ini yang menjadi pelanggan adalah toko, harga yang tidak stabil adanya kenaikan harga pada saat hari raya dan turun kembali pada hari normal, pelayanan yang lama dan keramahan yang diberikan oleh karyawan dirasa kurang.

No	Bulan	Jumlah pelanggan
1	Mei	156
2	Juni	155
3	Juli	155
4	Agustus	153
5	September	153
6	Oktober	152

Sumber : Data Internal PT Startmara Pratama 2018

Pada bulan Mei jumlah pelanggan 156. Bulan Juni dan Juli menurun satu pelanggan dan setelah ditanya alasan berhenti berlangganan, perusahaan menemukan bahwa pelanggan mengatakan kualitas pelayanan dirasa kurang, seperti pelayanan yang lama. Selanjutnya bulan Agustus dan September berkurang dua pelanggan karena diakibatkan oleh harga yang tidak stabil. Bulan

Oktober ini pelanggan berkurang satu dan diakibatkan oleh pelayanan yang lama dan keramahan yang diberikan oleh karyawan dirasa kurang.

Dari masalah - masalah diatas peneliti tertarik dan ingin meneliti tentang “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT STARTMARA PRATAMA.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari masalah yang ditemukan dapat diidentifikasi sebagai berikut ini:

1. Kehilangan pelanggan dikarenakan harga tidak stabil atau berubah – ubah.
2. Banyaknya pesaing.
3. Harga yang terlalu tinggi atau tidak terjangkau.
4. Pelayanan yang lama.
5. Kurangnya keramahan yang diberikan karyawan.

1.3 Batasan Masalah

Dalam hal ini peneliti ingin membatasi permasalahan penelitian pada Pengaruh Harga dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Startmara Pratama.

1.4 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah yang dibahas oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Startmara Pratama?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Startmara Pratama?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Startmara Pratama?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas dapat disimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di PT Startmara Pratama
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Startmara Pratama?
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Startmara Pratama?

1.6 Manfaat Penelitian

Berikut Manfaat dari penelitian ini, antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan atau input bagi pengembangan pengetahuan khususnya dalam manajemen pemasaran.
 - b. Memberikan manfaat untuk memperluas dan menambah konsep atau ide baru khususnya untuk ilmu manajemen pemasaran.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi PT Startmara Pratama

Diharapkan hasil penelitian ini dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk melaksanakan tahap selanjutnya dan dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan.
 - b. Bagi Akademis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan untuk perpustakaan Universitas Putera Batam yang bermanfaat bagi penelitian dimasa mendatang.