BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Swalayan adalah salah satu sarana pemasaran produk bagi perusahaan. Kegiatan yang biasa dilakukan swalayan adalah dengan menyediakan berbagai macam produk yang ditawarkan oleh perusahaan distributor. Tetapi, swalayan juga disebut sebagai sebuah perusahaan karena swalayan menjual berbagai produk kebutuhan pelanggan serta pelayanan terhadap pelanggan yang bertujuan mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan berbagai macam produk kebutuhan pelanggan secara optimal. Setiap swalayan selalu bersaing dengan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan agar pelanggan merasa puas dan akan mengunjungi kembali swalayan tersebut.

Pelanggan adalah sumber pendapatan yang merupakan faktor terpenting untuk swalayan. Namun, permasalahan yang sering terjadi pada swalayan yaitu produk yang dibeli oleh konsumen sudah melewati tanggal kadaluarsa serta produk dibutuhkan atau diinginkan oleh pelanggan tidak tersedia. Hal ini akan menyebabkan pelanggan berpindah untuk berbelanja ke swalayan yang lain. Oleh karena itu, pihak swalayan perlu memperhatikan tanggal kadaluarsa serta memprediksi produk mana yang diminati oleh pelanggan.

Menurut (Priansa, 2017:12) promosi terdiri dari empat komponen utama yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*) dan penjualan perseorangan (*personal selling*). Promosi merupakan cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi maupun publisitas agar menarik pelanggan untuk membeli produk tersebut. Sedangkan Menurut (Fahmi, 2016:90) promosi merupakan kegiatan yang tak terpisahkan dengan aktivitas penjualan dan sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan.

Menurut (Tjiptono, 2011:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah keunggulan pada suatu pelayanan dan control atas keunggulan pelayanan tersebut, sedangkan menurut Goeth dan Davis dalam (Tjiptono, 2012:51) menyatakan bahwa kualitas adalah sesuatu yang berhubungan antara manusia dengan produk dan jasa yang mencapai atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut Zeithami dan Bitner dalam (Priansa, 2017:197) menyatakan bahwa pengertian kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan persepsi atau kinerja yang dirasakan. Sedangkan Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam (Priansa, 2017:196) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

PT Yafindo Sumber Rejeki adalah sebuah instansi yang bergerak dalam bidang swalayan yang berlokasi di Harbour Bay Mall Batam. PT Yafindo Sumber Rejeki

yang telah berdiri sejak tahun 2017 menyediakan berbagai perlengkapan rumah tangga seperti sembako, sabun, alat dapur, pakaian, dan lain-lain dengan harga yang murah dan mampu bersaing para pasar modern lainnya.

Pada PT Yafindo Sumber Rejeki informasi tentang promosi tidak banyak diterima oleh para konsumen dan sebagian besar promosi dianggap kurang menarik yang menyebabkan kurangnya pembeli atau para pengunjung. Selain promosi, kualitas pelayanan pada PT Yafindo Sumber Rejeki juga dianggap kurang, karena kurangnya karyawan yang bekerja dan seringnya terjadi pergantian karyawan yang harus dilatih dari awal yang menyebabkan para pengunjung yang dapat dilayani terbatas.

Ketidakpuasan konsumen yang berbelanja di PT Yafindo Sumber Rejeki disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu kurangnya promosi yang diterima oleh konsumen dan promosi yang kurang menarik, serta kurangnya pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan masih ada beberapa faktor lainnya. Ketidakpuasan konsumen pada PT Yafindo Sumber Rejeki dapat dilihat pada tabel jumlah pembeli dibawah ini

Tabel 1.1 Data Jumlah Pembeli pada PT Yafindo Sumber Rejeki

No	Bulan	Rasio Jumlah Pembeli	Selisih
1	Januari	95%	-
2	Febuari	84%	-11%
3	Maret	74%	-10%
4	April	65%	-9%
5	Mei	70%	5%
6	Juni	80%	10%
7	Juli	82%	2%
8	Agustus	78%	-4%

Sumber: Bagian pemasaran PT Yafindo Sumber Rejeki, 2018

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pembeli PT Yafindo Sumber Rejeki pada bulan januari 2018 sampai dengan bulan agustus 2018. Terjadi penurunan sebanyak 11% pada bulan febuari, 10% pada bulan maret 9% pada bulan April dan 4% pada bulan agustus. Terjadinya penurunan pada penjualan ini bisa disebabkan oleh kepuasan konsumen karena kurangnya promosi dan kualitas pelayanan.

Sri Rahayu, (2015) pernah melakukan penelitian terkait latar belakang penelitian ini dengan judul *“The Effect of Promotion, Service Quality, Brand Image on the Satisfaction of the Tourists Visiting the City Palembang and the Implication on Their Loyalty to the Visited Resorts”*

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Yafindo Sumber Rejeki di Kota Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Informasi tentang promosi tidak banyak diterima oleh konsumen.
2. Promosi kurang menarik.
3. Kurangnya karyawan yang bekerja.
4. Banyaknya karyawan yang sering diganti dan harus dilatih kembali.
5. Ketidakpuasan konsumen karena kurangnya promosi dan kualitas pelayanan.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah merupakan batasan pada penelitian yang dibuat agar penelitian ini memiliki arah dan tujuan yang jelas. Penelitian membatasi penelitian ini hanya pada variabel independen yaitu promosi sebagai X1 dan kualitas pelayanan sebagai X2 serta variabel dependen yaitu kepuasan konsumen sebagai Y.

1.4. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Yafindo Sumber Rejeki di kota Batam?

2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Yafindo Sumber Rejeki di kota Batam?
3. Bagaimanakah pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Yafindo Sumber Rejeki di kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Yafindo Sumber Rejeki di kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Yafindo Sumber Rejeki di kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Yafindo Sumber Rejeki di kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Praktis

1. Memberikan tambahan informasi kepada PT Yafindo Sumber Rejeki tentang kajian promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Memberikan tambahan ilmu kepada masyarakat tentang kajian promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.6.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1. Memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu pemasaran.
2. Memberikan tambahan informasi kepada peneliti dibidang pemasaran khususnya mengenai peningkatan kepuasan konsumen
3. Memberikan tambahan informasi kepada peneliti selanjutnya tentang kajian promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.