

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kepuasan seorang pelanggan bisa mengalami peningkatan seiring berjalannya kemahiran pelanggan dalam mencari berita terkait suatu produk atau jasa yang diinginkannya, sehingga mewujudkan keinginannya (Hasan, 2013: 95). Kepuasan merupakan komparasi antara suatu hasil yang diinginkan dengan hasil yang diharapkan yang akan menimbulkan rasa nyaman atau tidak nyaman terhadap suatu produk yang digunakan (Kotler & Keller, 2009:177).

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai tanggapan pelanggan terhadap sesuatu produk yang manfaatnya sudah dirasakan setelah menggunakan produk tersebut (Rangkuti, 2011: 31). Perusahaan jasa selalu mengutamakan keinginan pelanggannya agar bisa bersaing dengan perusahaan jasa lainnya. Kepuasan pelanggan bisa diraih melalui rencana-rencana yang telah diterapkan oleh manajemen dalam sebuah perusahaan.

Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tidak terlepas dari faktor kualitas pelayanan yang diberikan dan promosi yang digunakan. Menurut (Tjiptono, 2011: 331) Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi keinginan pelanggan yang seimbang antara kesesuaian kepentingan, harapan dan akurasi penyampaianya sehingga pelanggan merasa puas terhadap produk tersebut. Dengan demikian, hubungan baik antara pelanggan dengan perusahaan bisa terjalin karena adanya kualitas pelayanan yang sesuai harapan atau keinginan pelanggan.

Bukti langsung, kehandalan, daya tangkap, jaminan dan *Empaty* merupakan satu kesatuan agar terciptanya kualitas pelayanan yang baik yang diungkapkan oleh (Tjiptono, 2011: 346-34). Jika lima hal tersebut sudah tercapai, ada kemungkinan untuk tercapainya harapan seorang pelanggan bisa terpenuhi. Pelayanan bisa menjadi rencana dari manajemen pemasaran untuk menghadapi pangsa pasar dengan produk sejenis sehingga perusahaan bisa bersaing secara sehat dengan memperhatikan etika bisnis yang berlaku.

Pelanggan bisa merasakan dan menilai langsung pelayanan yang diterimanya. Untuk itu karyawan harus memperhatikan segala hal yang berhubungan dengan pemberian pelayanan yang baik sehingga tidak merugikan perusahaan akibat tindakannya. Dengan pelayanan yang baik yang diterima oleh pelanggan, maka bisa mempertahankan pelanggan lama dan pelanggan baru. Selain memberikan pelayanan baik, perusahaan juga harus memberikan promosi produk agar terwujudnya kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, Promosi produk itu sendiri bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. (Sari, Mandey & Soegoto, 2014: 1223) Pemasaran yang unggul masih sulit diraih, untuk mewujudkannya pihak perusahaan membutuhkan strategi yang teliti dan akurat.

(Aprianto, 2016) Promosi merupakan cara bagaimana memperkenalkan produk kepada pelanggan dan calon pelanggan melalui periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan pemasaran langsung. Dengan dilakukan promosi, produk akan dikenal oleh pelanggan dan diharapkan pelanggan tertarik untuk membeli produk tersebut. Pelanggan mengenal sebuah produk melalui

promosi yang dilakukan sebuah perusahaan. Promosi dikenal sebagai suatu cara untuk menarik perhatian pelanggan. Arah dari promosi untuk memberikan keterangan kepada pelanggan berkaitan dengan produk yang direkomendasikan dengan tujuan memberikan kepuasan pelanggan. Untuk mempertahankan pelanggan dan diharapkan pelanggan melakukan pembelian ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Yanuar, Qomariyah dan Santoso, 2017) berkesimpulan “Promosi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan secara simultan Promosi dan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, Sementara Penelitian yang dilakukan oleh (Handoko, 2017) dan (Aprianto, 2016) menghasilkan keputusan secara parsial promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan secara kolektif promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

PT Samsung Service di Indonesia ada di berbagai daerah. Salah satunya di kota Batam PT Samsung Service dipegang oleh PT Bintang Utama Jaya Makmur. PT Samsung Services Indonesia di Kota Batam berdiri pada tanggal 1 November 2013 yang berkedudukan di Jl. Raden Patah Komplek Sriwijaya No 1-4 Nagoya – Batam. Jumlah karyawan service pada PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam sebanyak 20 orang.

Pelanggan yang datang di Samsung service tidak hanya melakukan service tetapi juga memberikan keluhan terhadap produknya. Hal ini dideskripsikan pada tabel dibawah:

Tabel 1.1 Pelanggan PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam
(Januari – September 2018)

No.	Bulan	Pelanggan tanpa Keluhan	Pelanggan dengan Keluhan	Total
1	Januari	458	48	506
2	Februari	414	27	441
3	Maret	392	65	457
4	April	416	18	434
5	Mei	434	23	457
6	Juni	315	11	326
7	Juli	377	31	408
8	Agustus	308	19	327
9	September	340	36	376
Jumlah Pelanggan		3454	278	3732

Sumber: *Service Leader*, 2018

Berdasarkan tabel 1.1 bisa disimpulkan bahwa jumlah pelanggan tanpa keluhan sebanyak 3454 pelanggan, pelanggan dengan keluhan sebanyak 278 pelanggan sehingga total keseluruhan pelanggan adalah sebanyak 3732. Pelanggan dengan keluhan terbanyak terjadi pada bulan Maret sebanyak 65 pelanggan dan pelanggan dengan keluhan yang paling minim di bulan Juni sebanyak 11 pelanggan. Pelanggan tanpa keluhan yang paling ramai di bulan Januari 458 pelanggan dan yang paling sedikit terjadi pada Agustus 308 pelanggan.

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan diharapkan bermanfaat bagi kepuasan pelanggan. Semua karyawan tentunya memiliki antusiasme, kemampuan dan keramahan. Karyawan PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam dalam memberikan pelayanan tersebut masih tergolong kurang maksimal karena aspek tersebut masih tidak diterapkan karyawan. Sebagian karyawan

didapati tidak ramah kepada pelanggan sehingga terjadi komunikasi antara karyawan dengan pelanggan yang berlangsung tidak baik.

Penyelesaian keluhan pelanggan bervariasi, ada karyawan yang bisa menyelesaikan keluhan pelanggan dengan memuaskan atau sebaliknya. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis, lamanya waktu dalam melakukan pelayanan membuat beberapa pelanggan kesal dan merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT Samsung Services Indonesia di Kota Batam. Banyak pelanggan yang meminta agar produknya dapat diselesaikan dalam satu hari, sementara karyawan tidak bisa mewujudkannya karena ada kendala dari aspek spare parts, teknisi dan sebagainya. Hal tersebut tentunya berdampak pada kepuasan pelanggan.

Promosi yang dilakukan oleh PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam masih tergolong minim. Karena beranggapan bahwa produknya sudah meluas di pasaran, sehingga promosi hanya berlaku pada acara atau kegiatan tertentu. Tetapi, perusahaan masih menerapkan promosi melalui iklan di koran, baliho/ banner dan pemasaran langsung. Promosi bisa menguntungkan perusahaan dan merugikan perusahaan. Menguntungkan dari segi banyaknya pelanggan yang tertarik akan produk tersebut, merugikan perusahaan karena banyak saingan dengan jenis usaha yang sama bisa membuat perusahaan melakukan promosi dengan harga yang semakin murah, hal ini bisa berdampak pada kerugian perusahaan. Mengingat hal tersebut, perusahaan sebaiknya meminimalisirkan keadaan tersebut.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka , maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian studi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berlandaskan penjabaran latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Adanya keluhan dari pelanggan terhadap PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam.
2. Kurangnya keramahan karyawan terhadap pelanggan PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam.
3. Lamanya waktu dalam menangani keluhan pelanggan PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam.
4. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam.

1.3. Batasan Masalah

Relevan dengan uraian yang dijabarkan, sehingga batasan permasalahan yang diterapkan pada penelitian ini yakni:

1. Variabel *Independen* mencakup Kualitas Pelayanan dan Promosi Produk pada PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam.
2. Variabel *Dependen* meliputi Kepuasan Pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam.

3. Objek penelitian mencakup Konsumen PT Samsung Service Indonesia di kota Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini dari terdapatnya latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah sesuai deskripsi di atas, sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam?
2. Apakah promosi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi produk terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam.

3. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama kualitas pelayanan dan promosi produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan bersifat reliabel dan dapat di kulik kembali pada penelitian di masa mendatang khususnya yang berhubungan dengan variabel kualitas pelayanan, promosi produk dan kepuasan pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam.

1.6.2. Manfaat praktis

Manfaat praktis yang ingin diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi pihak manajemen PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan dan promosi produk yang diberikan terhadap pelanggan.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan baru terutama mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Samsung Service Indonesia di Kota Batam.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Sebagai tambahan wawasan, pengetahuan dan informasi bagi mahasiswa dan mahasiswi fakultas ekonomi khususnya yang ingin melakukan penelitian seterusnya.

4. Bagi pihak-pihak lain

Dengan adanya penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi maupun sebagai bahan studi oleh pihak *eksternal* dalam melakukan penelitian yang lebih jauh lagi.