

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era perdagangan yang semakin tinggi tingkat persaingannya dewasa ini, perusahaan semakin giat meningkatkan target penjualan. Kepuasan pelanggan (*consumer satisfaction*) juga dapat dilihat dari sikap pelanggan setelah menggunakan produk yang telah ditawarkan perusahaan. Banyak perusahaan yang menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tolak ukur keberhasilan di kemudian hari dan akan melakukan riset jika pelanggannya beralih kepada produk lain. Perusahaan yakin bahwa biaya menarik pelanggan baru dapat meningkatkan biaya mempertahankan pelanggan yang ada. Tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi. Membuat kepuasan pelanggan secara personal sangat sulit untuk dicapai karena setiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda, Hal ini memerlukan diadakannya pendekatan untuk mencari solusi akan masalah tersebut.

Masalah kualitas produk adalah hal yang paling dihindari dalam proses pemasaran. Menciptakan dan mempertahankan pelanggan adalah salah satu strategi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk mencapai kepuasan pelanggan tersebut biasanya perusahaan mencari inovasi pada saat ini. Semakin banyak jumlah pelanggan yang dimiliki suatu perusahaan dapat menimbulkan citra

yang baik akan perusahaan tersebut. Biasanya semakin banyaknya para pesaing dalam bidang tertentu maka semakin Banyak inovasi produk yang ditawarkan sehingga mengharuskan setiap perusahaan lebih berpikir inovasi lebih akan produknya. Tentunya pelanggan akan lebih memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menyediakan produk yang lebih inovatif dalam menghasilkan produk barang maupun jasa sesuai dengan apa dibutuhkan oleh para

pelanggan mereka guna menarik perhatian pelanggan dan menghadapi persaingan dari para pesaing.

Kualitas merupakan syarat yang penting untuk pertimbangan pelanggan sebelum mengkonsumsi suatu produk. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak pelanggan, karena uang bukanlah masalah untuk seorang dalam mendapatkan kualitas produk yang diinginkan pelanggan. Dalam (Utami et al., 2017: 2) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan prioritas utama yang dibutuhkan pelanggan. Kualitas produk menjadi penting karena dengan terciptanya produk yang berkualitas dan baik maka akan membuat pelanggan dalam mengkonsumsi pembelian produk tersebut. Apabila kualitas produk sudah baik maka pelanggan akan merasa puas.

Permasalahan kualitas produk menjadi hal yang sangat dihindari bagi setiap perusahaan karena dapat mengurangi jumlah pelanggan dan dapat memberikan citra yang buruk akan produk tersebut. Kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk berkualitas akan menjadi hal utama yang dilakukan perusahaan untuk memenangkan persaingan antar perusahaan, karena dengan memberikan produk berkualitas, pelanggan akan merasa puas atas produk yang telah ia konsumsi atau dengan lain kepuasan pelanggan akan tercapai. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi pemakainya. Pelanggan yang membutuhkan suatu produk akan membayangkan manfaat apa saja yang bisa diperoleh dari produk

yang akan dipergunakan. Manfaat suatu produk merupakan konsekuensi yang diharapkan pelanggan ketika membeli dan menggunakan suatu produk.

Faktor lain penentu kepuasan pelanggan selain kualitas produk adalah faktor promosi dimana promosi memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan suatu produk kepada pelanggan. Dalam mengkomunikasikan produk dan harga kepada pelanggan perusahaan menggunakan media komunikasi seperti Koran, internet. Promosi juga merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menunjukkan keistimewaan produk dan menarik pelanggan untuk membeli.

Produk PT Matahari Department Store menciptakan kualitas produk yang inovasi terbaik serta memiliki pilihan yang bervariasi, membuat produk ini semakin banyak diminati dan selalu unggul dari produk – produk lainnya. PT Matahari Department Store mampu membidik segmen pasar manapun, baik berdasarkan usia, jenis kelamin, sampai berdasarkan profesi para pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari segi kualitas produk PT Matahari Department Store yang memiliki karakteristik yang berbeda dan sesuai keinginan pelanggan.

Promosi juga berfungsi pemberitahuan, pembujukan dan pengimbasan keputusan pembelian pelanggan. Dalam promosi telah terjadi proses penyajian pesan-pesan yang ditujukan untuk membantu penjualan barang dan jasa. Promosi merupakan aktifitas pemasaran yang paling kontroversial yang secara rutin dilaksanakan oleh perusahaan. termasuk dalam kegiatan promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas. PT Matahari

Department Store juga memberikan diskon tiap bulan guna menarik pelanggan serta bertujuan meningkatkan kepuasan pelanggan akan produknya.

Matahari Department Store adalah sebuah perusahaan ritel di Indonesia yang merupakan pemilik dari jaringan toserba Matahari. Saat ini, Matahari Department Store merupakan salah satu anak perusahaan dari Lippo Group. Per kuartal pertama tahun 2017, Matahari Department Store sudah mempunyai 151 gerai di lebih dari 60 kota di Indonesia dan satu gerai online MatahariStore.com.

Matahari yang menjadi salah satu pusat perbelanjaan ternama di Indonesia memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berbelanja segala kebutuhannya dari berbagai usia maupun perlengkapan rumah tangga lainnya. Strategi Pemasaran Matahari Department Store yang mampu menarik perhatian banyak orang ini karena ketersediaan sarana dan prasarana serta dukungan lain baik dari struktur organisasi atau SDM di dalamnya maupun modal yang dikembangkan. PT Matahari Department Store yang menjadi tempat perbelanjaan paling trend saat ini menyediakan berbagai kebutuhan semua orang dengan harga yang terjangkau.

Salah satu strategi pemasaran Matahari Department Store adalah pemberian diskon bagi pelanggan atau pembeli pada semua produknya. Matahari Department Store saat ini memiliki puluhan bahkan hampir seratus outlet yang tersebar di seluruh pelosok Nusantara. Keberadaan tempat perbelanjaan ternama ini memberikan dampak yang positif bagi masyarakat.

Pemasaran memastikan bahwa barang dan jasa sesuai diproduksi. Pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang- barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Berikutd Daftar Promosi Produk Di PT Matahari Department Store :

Tabel 1.1 Daftar Promosi Produk PT Matahari Department Store Tbk Cabang Kepri
Mall Batam

No	Produk	Februari	Mei	Desember
1	Nevada	Diskon 20% + 50%	Beli 1 Gratis 1	Diskon 20 % + diskon 30%
2	Yongki	Beli 2 gratis 1	Beli 2 Gratis 1	Diskon 30 %
3	Disney	Beli 1 gratis 2	Beli 1 Gratis 2	Diskon 50 %
4	Cardila	Diskon 50%	Dic 50 %	Diskon 60 %
5	Mascila	Diskon 70 %	Dic 50 %	Diskon 20 %
6	Adidas	Diskon 50 %	Dic 70 %	Diskon 20 %
7	Fla	Diskon 45 %	Dic 75 %	Diskon 30 %

Sumber : PT Matahari Departement Store Tbk Cabang Kepri Mall Batam

Dari Berdasarkan 1.1 dapat dilihat jika PT Matahari Department Store sering melakukan promosi, untuk menarik minat beli pelanggan dan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan akan produk PT Matahari Department Store Keprimall. Namun

jumlah pelanggan PT Matahari Department Store Keprimall masih mengalami ketidakstabilan tiap kuartalnya. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian apakah promosi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berikut jumlah pelanggan PT Matahari Department Store keprimall 3 bulan terakhir.

Tabel 1.2 Jumlah Pelanggan PT Matahari Department Store Tbk Cabang
Kepri Mall Batam

Bulan	Jumlah pelanggan
Oktober	12.000
November	16.500
Desember	14.000

Sumber : PT Matahari Department Store Keprimall Batam

Berdasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa jumlah pelanggan PT. Matahari Department Store Keprimall mengalami ketidakstabilan tiga bulan terakhir.hal ini disebabkan kurangnya media dalam melakukan promosi sehingga membuat pelanggan kurang mengetahui diadakannya promosi akan produk PT Matahari Department Store Keprimall.kurangnya inovasi dalam melakukan promosi membuat pelanggan kurang tertarik dalam melakukan pembelian.

Tabel 1.3 Keluhan Pelanggan Akan Produk PT Matahari Department Store

Keprimall

Tahun	Jumlah keluhan
2016	2
2017	4

Sumber : PT Matahari Department Store Keprimall

Berdasarkan tabel 1.3 dapat kita ketahui bahwa terjadi peningkatan jumlah pelanggan yang mengeluh akan kualitas produk PT Matahari Department Store Keprimall pada Halo Matahari. Hal ini disebabkan kurangnya ketelitian pelanggan memilih produk sebelum membeli. Hal ini juga dapat terjadi jika karyawan kurang memperhatikan produknya. Dalam hal ini peneliti ingin mencari tahu apakah kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan PT Matahari Department Store Keprimall.

Penelitian ini dibuat dengan maksud dan tujuan ialah untuk meneliti dari keunggulan produk PT Matahari Department Store apakah kualitas produk, dan promosi produk mampu meningkatkan unggulnya produk PT. Matahari Department Store sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya ketelitian karyawan dalam memilih produk yang akan dijual
2. Kurangnya ketelitian pelanggan dalam membeli produk PT Maahari Department Store Keprimall Batam

3. Kurang inovasi dalam melakukan promosi membuat pelanggan kurang tertarik akan produk yang ditawarkan
4. Kurangnya media dalam melakukan promosi membuat pelanggan kurang mengetahui promosi yang diselenggarakan

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini mengingat begitu banyaknya permasalahan yang harus dipecahkan maka perlu adanya pembatasan masalah. Agar penelitian dapat mencapai sasaran yang diharapkan, permasalahannya dibatasi pada pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Matahari Department Store Kepri Mall Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat dijabarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Matahari Department Store.
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Matahari Department Store
3. Apakah kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Matahari Department Store.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sebuah arahan yang menjadi pedoman pada setiap penelitian untuk menemukan jawaban atas permasalahan penelitian yang dirumuskan. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Matahari Department Store.
2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Matahari Department Store
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Matahari Department Store

1.6 Mamfaat Penelitian

1.6.1 Mamfaat Teoritis

Untuk memberikan acuan secara teoritis mengenai pentingnya kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan serta mengetahui mamfaat kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan

diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi perusahaan tentang pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan .

sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualannya.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Untuk menambah dan memperkaya khasanah keilmuan akademis dalam penelitian tentang study kasus untuk menjadi rujukan dan pengembangan penelitian lebih lanjut