

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia usaha, persaingan antar perusahaan dan perdagangan harus tetap memerhatikan semua konsumen (pengguna barang), sebab setiap barang yang ditawarkan sangat berpengaruh pada konsumen itu untuk menjadi pelanggan yang potensial dan diharapkan akan menggunakan produk yang telah ditawarkan kembali. Perusahaan dagang juga harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui produk berkualitas lebih tinggi, serta pelayanan yang baik agar setiap pelanggan merasa nyaman saat berbelanja. Secara umum, manusia selalu memikirkan segala aspek dalam melakukan aktivitas, seperti menentukan pilihan saat membeli barang dan jasa (Hidayah & Apriliani, 2020:28).

Bisnis dapat berkembang pesat dengan adanya kepuasan konsumen terhadap suatu produk, terutama pada bisnis bengkel otomotif yang saat ini dirasakan perkembangannya. Pada tahun 2022 akhir, dirasakan adanya perkembangan terhadap perekonomian, Hal tersebut tercermin dari pertumbuhan ekonomi Indonesia pada Triwulan IV-2022 yang tumbuh solid sebesar 5,01% (*Kementrian Perekonomian Indonesia*, n.d.). Sehingga dirasakan banyak orang yang membeli mobil baru ataupun bekas untuk menunjang aktivitas sehari-hari. Dari kegiatan pembelian mobil baru ataupun bekas, orang akan membeli car seat cover dan asesoris mobil lainnya. Pada hal ini, bisnis

otomotif menjadi bisnis yang menjanjikan. Dimana diketahui ada banyak bisnis bengkel otomotif yang saat ini telah berdiri di Kota Batam.

Tabel 1.1 Jenis Bengkel Otomotif di Kota Batam

Tahun	Resmi	Tidak Resmi	Varian
2022	2	4	2
2023	2	9	2
2024	3	16	2

Sumber: Data Observasi, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 Bengkel otomotif di Kota Batam terdiri dari bengkel resmi, tidak resmi dan varian. Bengkel resmi adalah bengkel otomotif yang memiliki standar pabrikan dan telah mendaftarkan mereknya. Kemudian bengkel tidak resmi adalah bengkel yang memproduksi barang sendiri yang tidak memiliki standart tertentu dan lebih mengandalkan kreatifitas pembuatnya. Sedangkan, bengkel varian adalah bengkel yang memiliki standart tertentu yang telah mempunyai merk terdaftar. Pada tahun 2022 diketahui ada 2 bengkel resmi, 4 bengkel tidak resmi dan 2 bengkel varian. Pada tahun 2023 diketahui ada 2 bengkel resmi, 9 bengkel tidak resmi dan 2 bengke varian. Kemudian pada tahun 2024 terdapat 3 bengkel resmi, 16 bengkel tidak resmi dan 2 bengkel varian. Sehingga terjadi peningkatan jumlah bengekel resmi dari tahun 2023 ke tahun 2024 dan terjadi peningkatan yang pesat pada bengkel tidak resmi yaitu dari tahun 2023 ke tahun 2024. Peningkatan jumlah bengkel otomotif menandakan bahwa adanya perkembangan bengkel otomotif dari segi penghasilan dan lain sebagainya.

Dalam lingkungan yang kompetitif, berinvestasi dalam kepuasan pelanggan adalah cara menciptakan keuntungan yang berkelanjutan. Banyak

hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas produk, harga, citra merek dan juga promosi (Woen & Santoso, 2021:34). Kepuasan konsumen adalah perasaan senang yang timbul di dalam diri seseorang setelah ia membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap produk atau hasil (jasa) yang dirasakan saat mengonsumsi produk atau layanan dengan harapan mereka sebelumnya, sehingga kepuasan konsumen menjadi faktor utama yang berperan penting, ketika kinerja atau layanan melebihi harapan konsumen. Kepuasan konsumen mencerminkan penilaian seseorang tentang ekspektasi atas kinerja produk. Jika kinerja produk gagal melebihi harapan konsumen, maka ia akan merasa tidak puas. Namun, jika kinerja produk sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas (Woen & Santoso, 2021:11). Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh *brand image*.

Brand image dengan nama lain citra merek adalah sebagai pertimbangan seseorang untuk membeli produk. Produk dengan merek yang baik mempunyai kesan atau citra yang baik dan memiliki kepercayaan dalam mencapai sebuah target. (Dewi dan Suprapti, 2018:4). adalah aspek krusial, karena dapat membedakan produk satu dengan yang lain dan menjadi daya tarik bagi konsumen. Pada perusahaan tersebut melayani pembuatan produk dengan merk sendiri, sehingga banyaknya penjualan tergantung dengan brand masing-masing produk seperti brand yang memiliki nama akan lebih dipercaya oleh konsumen sehingga produk yang terjual akan lebih banyak. brand yang lebih unggul dalam penjualan biasanya memberikan kepuasan konsumen dalam produk tersebut. Brand yang lebih unggul dalam penjualan cenderung selalu

mengutamakan kualitas produknya sehingga para konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan, kepuasan para konsumen sangat penting untuk meningkatkan citra dari brand tersebut. selain itu kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk.

Kualitas produk berperan penting sebagai elemen utama dalam mencapai kesuksesan bisnis (Razak, 2019:15). Kualitas produk diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap mutu dan keunggulan menyeluruh suatu produk atau layanan, yang dinilai berdasarkan tujuan tertentu dan dibandingkan dengan alternatif lain. Peningkatan kepuasan konsumen dapat dicapai melalui perbaikan kualitas produk serta didukung dengan promosi agar produk lebih dikenal oleh konsumen (Noor et al, 2020:12). Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, salah satu cara yang dapat diterapkan adalah dengan meningkatkan mutu produk, selain itu perlu adanya promosi supaya produk mudah dikenal oleh konsumen.

Promosi didefinisikan sebagai seperangkat metode yang digunakan dalam rangka mencapai target pemasaran dengan memanfaatkan biaya secara efektif, yang bertujuan menambah nilai pada produk atau layanan untuk konsumen maupun perantara. Peran promosi meliputi penyampaian informasi, pembedaan produk dari pesaing, peningkatan atau pemeliharaan penjualan, serta penegasan nilai suatu produk. Umumnya, promosi difokuskan pada penekanan nilai produk dengan menguraikan manfaat kepemilikan yang belum diketahui secara luas oleh calon konsumen (Woen & Santoso, 2021:6).

PT Transcal Suntech Internasional merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur pembuatan tempat duduk. Pada Perusahaan ini mempunyai beberapa sektor bisnis yaitu, bengkel pembuatan brand sendiri atau biasa disebut maklon dan jumlah bengkel yang bervariasi dengan penjualan secara grosir yang telah mempunyai customer tetap sebanyak 15 *client*. Jenis barang yang diproduksi oleh PT Transcal Suntech Internasional dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.2 Jenis Otomotif di PT Transcal Suntech Internasional

Jenis Barang	Variasi Produk
Otomotif Interior	1. Car Seats
	2. Aircraft Seats
	3. Rail Seats
	4. Marine Seats
	5. Aircraft Curtain
Furniture	Kursi Cafe, Restoran, bar, dan hotel

Sumber: PT Transcal Suntech Internasional, 2024

Berdasarkan tabel 1.2 disajikan variasi bengkel yang ada di PT Transcal Suntech Internasional yang terdiri dari otomotif interior dan furniture. Pada otomotif interior melayani pembuatan brand sendiri untuk kursi pesawat, mobil, kapal dan kendaraan sejenisnya. kemudian pada bengkel furniture melayani pembuatan produk sendiri untuk kursi cafe, restoran, hotel dan bar. Pada pelayanan pembuatan produk sendiri menyesuaikan dengan permintaan konsumen. Pada perusahaan ini mempunyai konsumen yang membeli produk untuk dijual kembali dengan merek sendiri.

Untuk meningkatkan penjualan tentunya harus meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk yang telah dibeli. Kepuasan konsumen tentu saja dipengaruhi oleh banyak hal seperti citra merek atau brand image, mutu produk serta efektivitas promosi yang dilakukan..

PT Transcal Suntech Internasional perusahaan yang melayani pembuatan produk dengan merk sendiri, sehingga banyaknya penjualan tergantung dengan brand masing-masing produk seperti brand yang memiliki nama akan lebih dipercaya oleh konsumen sehingga produk yang terjual akan lebih banyak. Berikut disajikan beberapa contoh penjualan pada beberapa customer.

Tabel 1.3 Data Penjualan Produk pada Honda dan Mitsubishi

Brand	2022	2023	2024
Honda	670 seats	732 seats	900 seats
Mitsubishi	785 seats	886 seats	1.000 seats

Sumber: PT Transcal Suntech Internasional, 2024

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa perusahaan menerima lebih banyak pesanan produk pada brand Mitsubishi, hal tersebut dikarenakan pada brand mitsubishi lebih unggul dalam penjualan produknya. Dari sampel penjualan berdasarkan brand tersebut terdapat perbedaan penjualan sebesar 115 seats pada tahun 2022, perbedaan penjualan sebesar 154 seats pada tahun 2023 dan terjadi perbedaan penjualan sebesar 100 seats pada tahun 2024, namun tidak menutup kemungkinan pada tahun-tahun berikutnya terjadi perubahan jumlah penjualan pada brand tersebut. brand yang lebih unggul dalam penjualan

biasanya memberikan kepuasan konsumen dalam produk tersebut. selain itu kepuasan konsumen juga dipengaruhi terhadap kualitas produk.

Kualitas yang baik pada sebuah produk dapat meningkatkan kepuasan pada konsumen. Namun sebaliknya, kualitas yang kurang baik bisa menurunkan kepercayaan terhadap suatu produk. Pada PT. Transcal Suntech Internasional memiliki beberapa customer tetap yang mendesain interior otomotifnya. Untuk desain, logo dan bahan produk langsung dipilih oleh customer sehingga kualitas setiap produk dari masing-masing customer tentunya berbeda. Customer memilih bahan dan desain yang mana pada masing-masing bahan dan desain yang dipilih sudah ditentukan harga oleh perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian awal diperoleh jumlah penjualan produk dari PT. Transcal Suntech Internasional yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1.4 Jumlah Penjualan PT Tranascal Suntech Internasional

Produk	Jumlah Penjualan
1. Car Seats	1.900 seats
2. Aircraft Seats	600 seats
3. Rail Seats	400 seats
4. Marine Seats	1.700 seats
5. Aircraft Curtain	750
6. Kursi Cafe, Restoran, bar, dan hotel	900 set

Sumber: PT. Transcal Suntech Internasional, 2024

Pada tabel 1.4 dapat dilihat bahwa jumlah penjualan terbanyak adalah car seats yaitu sebanyak 1.900 seats. Sedangkan penjualan terbanyak kedua berikutnya ialah marine seats sebanyak 1.700 seats, dan penjualan terbanyak ke

tiga berikutnya ialah pada kursi cafe, restoran, bar dan hotel yang berjumlah 900 set. Dari jumlah ini dapat dilihat bahwa kualitas yang bagus dari sebuah produk akan meningkatkan jumlah penjualan. Selain pada kualitas produk yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, melainkan promosi juga berperan penting dalam meningkatkan jumlah penjualan produk yang dapat mencerminkan kepuasan konsumen.

Promosi yang baik dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, promosi yang dilakukan pada PT Transcal Suntech Internasional ialah melalui sosial media dan promosi secara langsung. Kedua promosi ini tentunya mendapatkan anggaran dari perusahaan. Berikut adalah jenis promosi yang didanai oleh perusahaan:

Tabel 1.5 Dana Promosi

Tahun	Sosial Media	Promosi Langsung	Total
2022	Rp 33.500.000	Rp. 2.300.000	Rp 35.800.000
2023	Rp 42.000.000	Rp 5.500.000	Rp 47.500.000
2024	Rp 42.000.000	Rp 9.000.000	Rp 51.000.000

Sumber: PT. Transcal Suntech Internasional, 2024

Berdasarkan tabel 1.5 diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh PT Transcal Suntech Internasional ialah dengan menggunakan sosial media dan promosi langsung. Pada Tahun 2024 promosi sosial media menghabiskan dana sebesar Rp 42.000.000 yang terdiri dari kelola sosial media sebesar Rp 2.500.000/ bulan dan Hosting website sebesar Rp 1.000.000/ bulan. Kemudian promosi langsung juga dilakukan dalam 3 kali per tahun dan dari promosi langsung tersebut dibutuhkan biaya untuk sewa stand pameran sebesar Rp 3.000.000 sehingga dana yang dikeluarkan untuk promosi langsung ialah

sebesar Rp 9.000.000/ tahun. Pada Tahun 2023 promosi sosial media menghabiskan dana Rp 42.000.000 yang terdiri dari kelola sosial media sebesar Rp 2.500.000/bulan dan Hosting website sebesar Rp 1.000.000/bulan. Kemudian promosi langsung juga dilakukan dalam 2 kali per tahun dan dari promosi langsung tersebut dibutuhkan biaya untuk sewa stand pameran sebesar Rp 2.750.000 sehingga dana yang dikeluarkan untuk promosi langsung ialah sebesar Rp 5.500.000. Pada tahun 2022 promosi sosial media menghabiskan dana sebesar Rp 33.500.000 yang terdiri dari kelola sosial media sebesar Rp 2.000.000/ bulan dan Hosting website sebesar Rp 950.000/ bulan. Kemudian promosi langsung dilakukan hanya 1 kali dalam satu tahun dan dari promosi langsung tersebut dibutuhkan biaya sewa stand pameran Rp 2.300.000. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan biaya untuk promosi dari tahun ke tahun yang semakin meningkat. Peningkatan yang lebih terlihat pada promosi langsung yang pada tahun sebelumnya hanya dilakukan 1 kali dalam setahun namun pada tahun 2023 dan 2024 terjadi peningkatan hingga 3 kali dalam setahun, sehingga hal ini menyebabkan peningkatan informasi yang diperoleh masyarakat mengenai produk dari PT Transcal Suntech Internasional seperti banyaknya pertanyaan yang masuk melalui telpon, email, maupun sekedar menanyakan langsung pada galeri pameran saat promosi langsung sedang berlangsung.

Variasi jumlah penjualan kepada beberapa pelanggan mencerminkan bagaimana produk tersebut harus terus diperbaiki, karena pada tahun tertentu terjadi penurunan penjualan akibat kualitas produk yang buruk, seperti

tingginya keluhan dari sejumlah pelanggan terkait produk, serta promosi yang tidak maksimal yang memengaruhi kepuasan konsumen

Mengacu pada penjelasan latar belakang yang telah disampaikan, peneliti memiliki ketertarikan untuk melaksanakan penelitian dengan judul **”Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Transcal Suntech Internasional”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang permasalahan dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Penurunan kepuasan pelanggan disebabkan oleh seringnya keluhan yang muncul.
2. Kualitas produk yang rendah pada merek tertentu.
3. Kompetisi merek
4. Promosi yang tidak sepenuhnya memanfaatkan media sosial.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilaksanakan di PT Transcal Suntech Global
2. Studi ini hanya dilakukan pada konsumen yang membeli produk antara Juni 2023 hingga Juni 2024.
3. Penelitian ini hanya membahas tentang *brand image* yang diproduksi oleh perusahaan
4. Penelitian ini hanya membahas kualitas produk dari PT Transcal Suntech Internasional

5. Penelitian ini hanya membahas promosi melalui media sosial

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan persoalan yang muncul dari latar belakang di atas adalah:

1. Apakah ada pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen PT Transcal Suntech Internasional?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT Transcal Suntech Internasional?
3. Apakah ada pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen PT Transcal Suntech Internasional?
4. Apakah ada pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen PT Transcal Suntech Internasional?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, memiliki tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen PT Transcal Suntech Internasional.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT Transcal Suntech Internasional.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen PT Transcal Suntech Internasional.
4. Untuk mengetahui pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen PT Transcal Suntech Internasional.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Melalui studi ini dapat memberikan keuntungan, pengetahuan, serta perspektif yang lebih mendalam terutama dalam aspek pemasaran.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

- a. Meningkatkan pemahaman mengenai isu-isu yang berkaitan dengan dampak citra merek, mutu produk, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan PT Transcal Suntech Internasional.
- b. Perlu memahami pengaruh jenis citra merek, kualitas barang, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan PT Transcal Suntech Internasional.
- c. Menjadi prasyarat untuk mendapatkan gelar sarjana Manajemen (S.M) di fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.

2. Bagi Institusi

Sebagai informasi tambahan dan referensi bagi mahasiswa/I yang akan melaksanakan penelitian tugas akhir serta penelitian jurnal di masa depan.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan didalam perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen melalui peningkatan kualitas produksi yang baik, dan pemilihan jenis promosi yang tepat untuk penyampaian brand perusahaan.

4. Bagi Pihak Lain/Khalayak Ramai

- a. Dapat menjadi acuan atau referensi bagi para pedagang dalam memperbaiki citra merek, kualitas produk, dan promosi.
- b. Dapat memberikan wawasan baru serta informasi terbaru bagi para pembaca.