

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dunia pemasaran selalu berkaitan erat dengan yang namanya persaingan. Maka dari itu setiap perusahaan pasti akan terus berupaya untuk memberikan produk dan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan agar tercapainya kepuasan pelanggan. Perubahan-perubahan yang dimaksud dapat berupa informasi-informasi yang sedang hangat dan pengetahuan-pengetahuan yang luas serta berkaitan dalam hal pemasaran. Apabila perusahaan mengetahui akan adanya perubahan-perubahan tersebut maka perusahaan dapat menentukan strategi-strategi guna memenangkan persaingannya.

Suatu penerapan dalam kenaikan keuntungan perusahaan hal yang menjadi patokan peningkatan keuntungan perusahaan yaitu menerapkan promosi. Pergerakan yang mengacu kepada calon konsumen dengan maksud untuk melaksanakan pembelian. Hal ini yang disebut dengan promosi. Adanya berbagai contoh dalam pelaksanaan promosi penjualan yang terbagi dalam beberapa bagian yaitu, penurunan harga sementara melalui kupon, diskon, kontes, undian, dan lain-lain. (Dewa, 2018:3) menjelaskan bahwa pelaksanaan promosi dalam penjualan memberikan penawaran insentif untuk pelanggan, sehingga pemanfaatan yang diserahkan oleh produsen dapat diterima dengan baik oleh pelanggan. Pelaksanaan promosi memberikan dorongan kepada calon pelanggan untuk mendapatkan produk yang baru, hal ini akan memberikan dampak pada peningkatan penjualan

Menurut (Yanuar et al., 2017:64) Kualitas pelayanan merupakan pemenuhan dalam kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam penyampaian akan memberikan

dampak yaitu adanya pengharapan dan diterimanya produk dalam pemasaran kepada pelanggan. Secara garis besar, konsumen tidak hanya memfokuskan dalam kualitas nya produk, tetapi juga memperhatikan dan memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang disampaikan penjual kepada konsumen. Penerimaan rasa kenyamanan yang tinggi akan memberikan keinginan untuk mendapatkan produk yang sama dan produsen yang menjual produk yang dicari. Salah satu usaha bisa dilaksanakan agar mendapat dan menahan konsumen yaitu adanya pemberian pelayanan yang nyaman dan berkualitas untuk seluruh konsumen. Perancangan bisnis yang ditekunin oleh perseroan ini sangat mementingkan penafsiran atas pengharapan konsumen.

Kepuasan pelanggan dapat diartikan yaitu adanya derajat perasaan pelanggan ketika sudah memberikan perbandingan kinerja atau hasil yang diterima dengan pengharapannya. (Rohaeni & Marwa, 2018:314) menjelaskan jikalau kinerja menampilkan bahwa kualitas pelayanan ialah penyesuaian dan tingkatan kemampuan dengan tujuan untuk digunakan dari totalitas karakteristik produk dan jasa yang sudah tersedia dalam totalitas kebutuhan dan pengharapan yang diminati konsumen dengan beberapa faktor yang dapat diliputi yaitu: terdapat pembuktian secara langsung, terdapatnya penyampaian kepedulian dari karyawan terhadap konsumen, daya tanggap, kehandalan dan jaminan akan kecewa. Jika suatu kinerja sesuai dengan apa yang dipikirkan atau yang diharapkan, maka pelanggan akan merasakan kepuasan dalam kinerja tersebut, pelanggan akan puas. Pengharapan pelanggan dibuat dari pengalaman yang diterima dari masa lampau, pendapat dari rekannya serta berita dan perjanjian dari pesaingnya. Tingkatan kepuasan

pelanggan yang tinggi akan merasa loyal dan kurang memperhatikan harga yang tertera dan akan memberikan pendapat yang positif terhadap perusahaan.

PT Sellindo Global Pratama adalah salah satu perusahaan yang telah beroperasi sejak 2018 hingga sekarang, yang terletak di kompleks Ruko Palm Spring Blok B3 no 1 - 2 Kota Batam, Kepulauan Riau. PT Sellindo Global Pratama bergerak di bidang perdagangan alat elektronik komunikasi seperti *handphone*, komputer dan perlengkapannya.

Permasalahan yang terjadi pada perusahaan ini yaitu jarangya melakukan kegiatan promosi untuk menarik perhatian minat beli pelanggan pada produk – produk di perusahaan ini sehingga hal ini membuat tingkat kepuasan pelanggan menjadi menurun.

PT Sellindo Global Pratama berusaha membagikan pelayanan yang baik agar klien merasa puas dengan tingkat pelayanan yang disampaikan sehingga dalam hal ini dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, tetapi masih ada beberapa konsumen yang merasa pelayanan yang diberikan kurang cepat dan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan.

Masalah yang ditemukan dalam kepuasan pelanggan dapat disebabkan dari segi kurangnya melakukan kegiatan promosi dan pelayanan yang kurang memuaskan sehingga dalam hal ini akan menyebabkan menurunnya tingkat kepuasan pelanggan. Berikut merupakan tabel penjualan 6 bulan terakhir:

**Tabel 1.1** Tabel Data Keluhan PT Sellindo Global Pratama  
Bulan Februari – Juli 2020

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Keluhan Pelanggan</b>	<b>Penjualan (Unit)</b>
Februari	102	512
Maret	84	435
April	96	534
Mei	134	433
Juni	122	406
Juli	109	412

Sumber: PT Sellindo Global Pratama

Berdasarkan tabel 1.1, Dapat dilihat bahwa semakin banyak tingkat keluhan pelanggan akan menyebabkan penurunan jumlah pesanan di bulan berikutnya pada PT Sellindo Global Pratama. Hal ini menunjukkan bahwa PT Sellindo Global Pratama sedang merasakan masalah dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Bulan Februari 2020 hingga Mei 2020 adanya keseluruhan keluhan dan keseluruhan pesanan yang relatif persis, sedangkan pada bulan Mei 2020 sampai dengan bulan Juli 2020 disampaikan bahwa jumlah pengaduan telah terdapat peningkatan pesat. Ini memiliki dampak negatif pada jumlah pengaduan dengan jumlah pesanan 534 unit hingga 134 pengaduan dengan jumlah pesanan 433, yang menyebabkan penjualan pada PT Sellindo Global Pratama tidak stabil. Hal ini disebabkan karena kurangnya kegiatan promosi dan pelayanan yang kurang optimal kepada pelanggan dan menyebabkan para pelanggan merasa tidak puas.

Berdasarkan data diatas, penulis melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT SELLINDO GLOBAL PRATAMA”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang, identifikasi masalahnya antara lain:

1. Kurangnya melakukan kegiatan promosi yang menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan menjadi menurun
2. Pelayanan yang diberikan kurang memuaskan bagi pelanggan dikarenakan memakan waktu yang cukup lama dan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan
3. Kurangnya tingkat kepuasan pelanggan dimana kegiatan promosi dan pelayanan yang diberikan belum cukup optimal

## 1.3 Pembatasan Masalah

Seperti yang telah diuraikan di atas, promosi dan pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Apabila promosi dan pelayanan mampu menjalankan fungsinya melebihi pengharapan pelanggan maka pelanggan akan merasa terpenuhi. Dikarenakan keterbatasan waktu dan wawasan penulis, maka disampaikan bahwa permasalahan dalam ruang dan waktu yang dibataskan sesuai dengan penelitian ialah “Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Sellindo Global Pratama Kota Batam”

Batasan yang diteliti ini akan dibatasi pada kegiatan sebagai berikut:

1. Perbatasan dalam penelitian terdapat dua variable independen, Promosi (X1) dan Pelayanan (X2) dan satu variable dependen, Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Peneliti dilakukan di PT Sellindo Global Pratama.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Sesuai dengan pembahasan dalam penelitian yang disampaikan, bisa dirumuskan permasalahannya yaitu:

1. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Sellindo Global Pratama Kota Batam?
2. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Sellindo Global Pratama Kota Batam?
3. Apakah Promosi, dan Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Sellindo Global Pratama Kota Batam?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan sebelumnya, adanya maksud melakukan penelitian ini dikarenakan:

1. Untuk memahami pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sellindo Global Pratama Kota Batam.
2. Untuk memahami pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sellindo Global Pratama Kota Batam.
3. Untuk memahami pengaruh promosi dan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sellindo Global Pratama Kota Batam.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Pelaksanaan yang dilaksanakan dipenelitian ini pengharapannya adalah agar tersampainya pesan moral yang baik bagi semua kalangan yang berhubungan dengan obyek atas pelaksanaan penelitian ini. Berikut pesan moral yang dapat disampaikan dari penelitian ialah:

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Perolehan hasil yang berasal dari pengharapan dapat menjadi suatu bahan informasi atau bahan kajian dalam manajemen untuk mengetahui pengaruh promosi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada khususnya serta dapat menjadi masukan bagi PT Sellindo Global Pratama untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

#### **1. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini mampu mengarahkan bagi perseroan agar bias memerhatikan promosi dan pelayanan sehingga dapat meningkat kepuasan pelanggan.

#### **2. Bagi Penulis**

Penelitian ini memberikan pesan moral agar dapat kegunaan sebagai bahan pedoman, dan manfaat yang lain yaitu sebagai acuan peneliti untuk melaksanakan atau meneliti dimasa mendatang.

### 3. Bagi Universitas

Guna untuk pacuan untuk universitas, sehubungan variabel. Serta menjadikan penyumbangan ide dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang memiliki hubungan dengan variabel yang terpaut.