

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan industri dewasa ini tidak lepas dari kebutuhan peralatan *electrical dan mechanical* berkualitas untuk menunjang segala kegiatan perindustrian. Hal tersebut yang membuat suatu perusahaan bergerak di bidang *electrical dan mechanical* untuk melayani kebutuhan industry dan Bulding serta juga meningkatkan daya jual di masyarakat.

Kondisi tersebut di atas meningkatkan persaingan yang begitu ketat, sehingga perusahaan harus menggeser cara pandangnya mengenai kualitas pelayanan dan persepsi harga suatu produk. Produk harus berorientasi pada konsumen, karena pada saat ini konsumen lebih sadar kualitas dibanding konsumen masa lalu. Konsumen sekarang ini semakin kritis dalam menilai harga ualitas suatu produk yang didorong oleh semakin tingginya tingkat pendidikan dan semakin banyaknya produk sejenis yang beredar sehingga konsumen lebih bebas dalam menentukan produk yang memenuhi spesifikasinya. Selain dari harga produk, perusahaan juga harus memberikan kualitas pelayanan semaksimal mungkin sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang telah membeli produk perusahaan dan dapat mempertahankan pelanggan yang lama atau menjaring yang baru. Oleh karena itu mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidaklah semudah mengukur berat badan atau tinggi badan pelanggan yang bersangkutan. Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh harga dari produk perusahaan tetapi juga dipengaruhi oleh layanan dan dukungan yang diberikan perusahaan kepada *customernya* termasuk kualitas pelayanan.

Pelayanan merupakan suatu kegiatan / aktivitas yang dilakukan oleh setiap perusahaan maupun perorangan dalam memenuhi kebutuhan baik produk maupun jasa kepada pelanggan. Harga produk atau jasa merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam hal pemasaran ataupun penjualan suatu produk dan jasa, menurut Kotler dan Keller (2016:8) pemasaran (*marketing*) adalah memenuhi

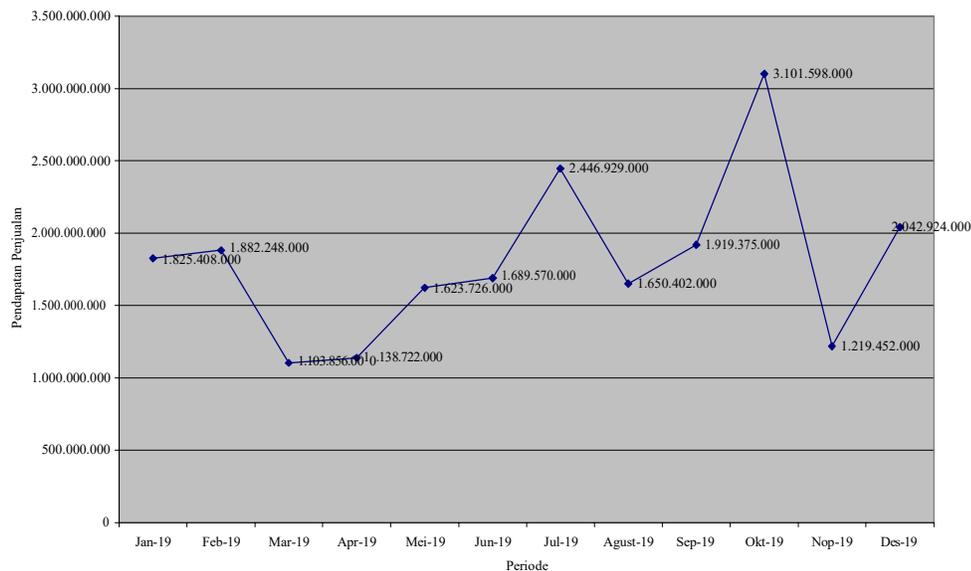
kebutuhan dengan cara yang menguntungkan, karena tujuan dari pemasaran itu sendiri adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga sebuah produk atau jasa bisa sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan dapat terjual dengan sendirinya. Penjualan maupun pemasaran tidak luput dari pelayanan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan terhadap para pelanggannya, karena semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan semakin loyal pula pelanggan terhadap produk maupun jasa yang perusahaan pasarkan.

Rekomendasi mulut ke mulut sangat membantu usaha yang dijalankan perusahaan khususnya dalam ini PT. Putra Sumber Abadi dituntut untuk meningkatkan penjualannya saat ini. Dimana PT Putra Sumber Abadi dengan pengalamannya di bidang *electrical dan mechanical*. Perusahaan ini sudah berdiri sejak tahun 2004. PT. Putra Sumber Abadi menerapkan sistem manajemen mutu untuk memuaskan para pelanggannya dan memperbaiki sistem kerja di dalam manajemen perusahaan itu sendiri. PT. Putra Sumber Abadi memiliki pandangan bahwa kualitas prima dalam bentuk layanan maupun harga yang diberikan perusahaan kepada pelanggan adalah kunci utama untuk meraih pasar global. Sebagai hasilnya, pelanggan mendapatkan hasil dan solusi yang lebih memuaskan, karena kapasitas bisnis pelanggan semakin besar maka diperlukan infrastruktur lebih besar. Adapun kepuasan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam menciptakan produk maupun jasanya. Adapun cara agar pelanggan puas terhadap produk dan jasanya diantaranya yaitu dengan harga kualitas yang baik dan memberikan kualitas pelayanan terhadap produk atau jasa yang telah diciptakan. Dengan menciptakan harga produk yang baik dan memberikan kualitas pelayanan maka diharapkan akan terjadinya kepuasan, sehingga jika pelanggan merasakan kepuasan maka potensi untuk melakukan rekomendasi mulut ke mulut ke konsumen lain akan terjadi.

Banyaknya pelaku usaha yang terjun dalam bidang *electrical dan mechanical* tentunya menjadikan persaingan semakin kuat dan ketat, para pelaku usaha harus memikirkan strategi-strategi khusus untuk dapat menjalankan bisnis dan menarik pelanggan baru. Banyak sekali cara yang dapat digunakan untuk dapat menarik pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan yang sudah

ada, namun setiap perusahaan manufaktur atau jasa harus berorientasi kepada kepuasan pelanggan, dengan begitu perusahaan dapat bertahan didalam persaingan yang dewasa ini. Kepuasan menurut Kotler dan Amstrong (2015:25) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Menurut Irawan (2015:37), faktor yang pendorong kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan persepsi harga, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata harga kemudian kualitas produknya, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Kemudian kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru, kualitas pelayanan merupakan pengendali yang mempunyai banyak indikator.

Berikut ini adalah data penjualan PT. Putra Sumber Abadi tahun 2019 yang dapat dilihat pada Gambar 1.1 :



Sumber : PT.Putra Sumber Abadi (2021)

Gambar 1.1 Data Hasil Penjualan PT. Putra Sumber Abadi Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa hasil penjualan *electrical dan mechanical* di PT.Putra Sumber Abadi pada Januari – Desember tahun 2019 dengan total sebesar Rp 21.644.210.000 pada tahun 2019 mengalami

kenaikan dan penurunan setiap bulannya hasil penjualan. Penjualan *electrical dan mechanical* pada PT.Putra Sumber Abadi selama tahun berjalan 2019 mengalami fluktuatif kenaikan dan penurunan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2015:283) dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan harus dapat memenuhi selera pelanggan yang berubah-ubah, untuk itu penting sekali untuk menjaga kepuasan pelanggannya. Pelanggan yang merasa puas akan membawa dampak baik bagi perusahaan, karena dengan perasaan puas seorang pelanggan, pelanggan tersebut tentu saja akan menyebarkan berita baik mengenai pengalaman menyenangkannya selain itu pelanggan yang puas juga akan menjalin hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Berikut adalah data mengenai jumlah pelanggan pada PT. Putra Sumber Abadi selama tahun 2018 sampai dengan 2019:

Tabel 1.2 Jumlah Pelanggan PT. Putra Sumber Abadi Tahun 2018-2019

Periode	Jumlah Pelanggan	Kenaikan / Penurunan	
2017	587		
2018	652	65	11,07%
2019	835	183	28,07%

Sumber : PT.Putra Sumber Abadi (2021)

Berdasarkan data di atas menunjukkan jumlah pelanggan PT. Putra Sumber Abadi selama periode 2017 sampai 2019 mengalami kenaikan dari 567 pelanggan di tahun 2017 menjadi 835 pelanggan di tahun 2019. Hal ini mengindikasikan adanya kepuasan dan loyalitas pelanggan atas produk *electrical dan mechanical* yang di jual oleh perusahaan.

Terkait dengan produk yang dijadikan obyek penelitian dalam hal ini produk *electrical dan mechanical*, perusahaan dalam hal ini PT. Putra Sumber Abadi mencoba meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan harga yang bersaing, selain itu memberikan layanan *after sales* khususnya *electrical dan mechanical* tertentu. Ada beberapa faktor atau variabel yang diduga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, dimana dalam penelitian ini dibahas kualitas pelayanan dan persepsi harga.

Permasalahan yang terjadi terkait kualitas pelayanan menunjukkan fenomena atau diidentifikasi masalah dimana layanan yang slow respon, membutuhkan proses yang lama jika ada kerusakan dan sering terjadinya keluhan-keluhan dari pelanggan berkaitan dengan apa yang dirasakan dan diterima tidak seperti yang diharapkan, sehingga kepuasan tidak dapat diterima dengan baik. Sebagai contoh beberapa pelanggan mengeluh terkait dengan keterlambatan pengiriman produk. Produk yang dikirim tidak sesuai dengan spesifikasi alat yang telah ditentukan serta ada beberapa spare part yang dikenakan biaya apabila ada perbaikan. Selain itu tidak lengkapnya produk yang dikirim ke pelanggan atau material yang tidak sesuai dengan pesanan pelanggan. Selain itu kelemahan yang ada yaitu masih adanya beberapa produk yang belum di upgrade (perbaharui). Permasalahan yang terjadi terkait persepsi harga terkait kualitas produk adalah kualitas yang dijanjikan terkait dengan garansi selama satu tahun, dan ketidaksesuaian produk yang dijual. Mengenai garansi perusahaan memberikan jaminan software dan produk yang tidak sesuai akan langsung dilakukan penggantian.

Dari data atas menunjukkan jumlah pelanggan yang mengalami kenaikan dan penurunan dikarenakan kepuasan dan loyalitas yang ada pada perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Kotler (2015:138) menyatakan kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Apabila kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas, jika kinerja sampai melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas (*delighted*). Kotler (2015:140) menyatakan faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa adalah jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa yang baik dalam hal ini kualitas pelayanan dan persepsi harga dapat menimbulkan kepuasan untuk pelanggan sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2015:150) ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Menunjukkan bahwa

kepuasan pelanggan merupakan suatu pemenuhan harapan. Pelanggan dapat dikatakan puas dengan harga produk maupun pelayanan yang berikan apabila harapan pelanggan akan harga produk atau pelayanan yang berikan tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka. Kepuasan pelanggan diukur dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan keseluruhan pengalaman dengan perusahaan.

Dengan kata lain, kepuasan pelanggan dapat diukur dengan tingkatannya berdasarkan keseluruhan pengalaman yang dirasakan para pelanggan PT. Putra Sumber Abadi. Menyangkut kepuasan pelanggan, terdapat penurunan kualitas pelayanan dan ketidakpuasan pelanggan yang dapat berdampak pada kelangsungan usaha PT. Putra Sumber Abadi. Melihat hal tersebut mengenai kepuasan dan loyalitas pelanggan menunjukkan adanya beberapa pelanggan yang merasakan puas dan loyal atas produk yang dijual oleh perusahaan dimana terkait dengan teknologi yang terdepan dan selalu update dengan produk-produk atau jenis tipe terbaru, sedangkan yang tidak puas umumnya terkait dengan perbaikan apabila adanya kerusakan.

Ketatnya persaingan dalam bisnis tersebut, menuntut perusahaan untuk dapat menjaga loyalitas pelanggannya, karena mempertahankan pelanggan jauh lebih penting dibanding dengan strategi agresif untuk mendapatkan konsumen potensial. Loyalitas pelanggan merupakan wujud nyata dari seorang pelanggan yang merasa puas akan kinerja yang diberikan perusahaan. Kepuasan itu sendiri merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk bisa memberikan kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat tercipta.

Adapun salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan diantaranya adalah kualitas pelayanan dan persepsi harga. Dengan pilihan perusahaan yang banyak dengan kualitas dan harga yang relatif bersaing akan membuat pelanggan mudah beralih dari perusahaan satu ke yang lainnya. Untuk itu manajemen perlu melakukan upaya-upaya agar dapat menjaga

serta meningkatkan loyalitas para pelanggannya, yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi serta menetapkan harga yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan di benak pelanggan yang nantinya akan berdampak terhadap loyalitas di benak mereka.(Irawan, 2015:7).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan pada PT. Putra Sumber Abadi”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka masalah pokok penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan PT. Putra Sumber Abadi?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan PT. Putra Sumber Abadi?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan PT. Putra Sumber Abadi?
4. Apakah persepsi harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan PT. Putra Sumber Abadi?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan PT. Putra Sumber Abadi?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan PT. Putra Sumber Abadi melalui kepuasan pelanggan?
7. Apakah persepsi harga berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan PT. Putra Sumber Abadi melalui kepuasan pelanggan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Putra Sumber Abadi.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Putra Sumber Abadi.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Putra Sumber Abadi.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan PT. Putra Sumber Abadi.
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Putra Sumber Abadi.
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Putra Sumber Abadi melalui kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan PT. Putra Sumber Abadi melalui kepuasan pelanggan.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya antara lain adalah. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan peneliti sebagai bahan masukan yang membutuhkan informasi yang berkaitan dengan penelitian dan data perusahaan.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi wawasan serta menambah khasanah kepustakaan khususnya di bidang perilaku konsumen.

Membantu para peneliti berikutnya untuk menelaah pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada PT. Putra Sumber Abadi dalam pengambilan langkah dan keputusan berbisnis.

3. Bagi Objek Penelitian

Peneliti adalah karyawan di PT. Sumber Abadi sehingga diharapkan penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam menjalankan strategi bisnis, yaitu penerapan kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan.