

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Riset tentang kepuasan pelanggan sangat menarik untuk diteliti karena memberikan hasil yang beragam Rendi (2011), Tjahjaningsih (2013), Putro et al., (2014), I.heryanto (2015), Christian dan Mananeke (2016), Ronal et al., (2016), Khairunissa (2017), Indir. et al., (2018), Suryani (2018), Kholis dan Ferdian (2019) perusahaan maupun pelaku bisnis harus mempunyai strategi pemasaran salah satu cara untuk menarik konsumen menggunakan promosi, untuk mempertahankan konsumen maupun pelanggan yang sudah pernah membeli, perusahaan juga harus meningkatkan kualitas pelayanan dengan harapan mampu meningkatkan kepuasan konsumen maupun pelanggan.

Maka strategi pemasaran dari segi promosi dan kualitas pelayanan diharapkan mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, maka dari itu Rendi (2011) menjelaskan bahwa adanya pengaruh signifikan promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Perusahaan terutama dalam hal pelayanan jasa untuk mengetahui penilaian pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan serta strategi promosi untuk menarik pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, dengan adanya penambahan kualitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, hasil tersebut didukung dengan hasil riset yang

menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut, promosi dan kualitas pelayanan sama-sama mempunyai hasil yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Putro et al., 2014; Tjahjaningsih, 2013)

Didalam penelitian yang dilakukan I.heryanto (2015) menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, namun dari beberapa variabel bebas lainnya, variabel produk yang berpengaruh dominan dalam tingkat kepuasan pelanggan.

Selain promosi kualitas pelayanan juga mempunyai pengaruh yang selaras dengan promosi, promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang sama secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan. hal ini dibuktikan dengan penelitian tentang pengaruh promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Ronal et al., 2016; Christian dan Mananke 2016)

Berikutnya strategi promosi adalah salah satu cara untuk menarik pelanggan Khairunissa (2017) menunjukkan hasil bahwa promosi dalam pelayanan jasa berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan adanya pengaruh keputusan pembelian yang menyebabkan meningkatnya kepuasan pelanggan.

Hal ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan Indir et al., (2018) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Selain promosi peningkatan kualitas pelayanan juga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yang telah melakukan pengujian menggunakan

teknik aksidental menunjukkan bahwa kualitas pelayanan paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kemudian menurut hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Suryani 2018;Kholis dan Ferdian 2019).

Berdasarkan fenomena serta keberagam hasil penelitian dari peneliti terdahulu diatas maka dibuatlah riset tentang kepuasan pelanggan dengan tujuan untuk menegtahui apakah promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan terutama pada dealer Yamaha Panggung Motor ,Solo. dilihat dari fenomena trend di kota Solo yang dijuluki lautan mx series oleh roadrace.id selaku akun *official* berita balap ternama di Indonesia, penjualan salah satu tipe yang sedang naik daun yaitu Yamaha Jupiter MX King.

Berikut grafik penjualan Yamaha Jupiter MX King periode bulan januari – juni 2017:



Gambar 1. 1. Grafik Penjualan Motor Bebek Sport 150cc

Sumber : <https://motorbloginfo.wordpress.com/>

Dari data diatas sangat menarik untuk diteliti karena tingkat penjualan yang tinggi pada setiap bulannya dibandingkan dengan pesaingnya, pelanggan selaku pembeli dan pemakai juga membutuhkan service berkala untuk perawatan sepeda motor yang telah dibeli serta untuk memenuhi kebutuhan onderdil dan suku cadang yang berkemungkinan untuk perawatan jangka panjang maka perusahaan dituntut untuk menjaga kesetiaan pelanggan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan, riset ini bertujuan untuk menganalisis apakah promosi dan kualitas pelayanan mampu untuk menjaga kesetiaan pelanggan dan mampu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

B. Rumusan Masalah

Promosi dan kualitas pelayanan menjadi faktor yang bisa dipertimbangkan oleh pelanggan dalam menentukan keputusan serta keinginan pembelian ulang yang menjadikan kesetiaan yang berlanjut, dalam hal ini bisa dikatakan bahwa promosi akan memberikan nilai lebih kepada konsumen dan kualitas pelayanan sebagai cara untuk mempertahankan konsumen agar tetap memakai produk tersebut, maka perusahaan mulai menyusun berbagai strategi pemasaran secara efektif dan tepat sasaran.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang baik apabila promosi dan kualitas pelayanan dirasa memuaskan tingkat kepuasan pelanggan juga akan meningkat maka riset ini akan meneliti dua variabel independen yaitu promosi dan kualitas pelayanan apakah berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu tingkat kepuasan pelanggan. (Rendi 2011;

Tjahjaningsih 2013; Putro et al., 2014; I.heryanto 2015; Christian dan Mananeke 2016; Ronal et al., 2016; Khairunissa 2017 Indir. et al., 2018; Suryani 2018; Kholis dan Ferdian 2019) Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah riset ini sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah kualitas pelayanan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan ?

C. Tujuan Penelitian

Dalam hal penelitian yang akan dilakukan harus berdasakan pada tujuan masalah yang akan dihadapi, promosi dan kualitas pelayanan agar bisa dilihat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan tujuan peneliti sebagai berikut yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat penelitian.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihakpihak terkait, antara lain:

1. Manfaat teoritis

Untuk menambah pengetahuan mahasiswa lainnya tentang pengaruh faktor promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam penelitian yang berkaitan tentang dengan promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan sebagai bahan evaluasi meningkatkan kepuasan pelanggan dalam penggunaan strategi promosi yang dibarengi dengan kualitas pelayanan yang bagus. Sebagai mediasi untuk mentransformasikan ilmu tentang manajemen pemasaran terutama dalam hal kepuasan pelanggan dalam penggunaan strategi promosi dan kualitas pelayanan.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu menjadikan masukan saran maupun informasi bagi perusahaan untuk memperbaiki strategi terutama dalam hal promosi dan peningkatan kualitas pelayanan.

c. Bagi Civitas Akademis atau Pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan sumber acuan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang studi pemasaran yang mana diharapkan dapat memberikan kontribusi perkembangan studi.

E. Sistematika penulisan

Secara umum penulisan tersusun dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan dan

sistematika penulisaan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan tentang landasan teori-teori yang berhubungan dengan variable penelitian yaitu tentang promosi dan kualitas pelayanan, penelitian terdahulu dan teori-teori relevan lainnya yang mendukung penelitian ini

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variable, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel serta metode analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini ditulis mengenai tentang hasil dari penelitian yang berisi gambar umum objek dan penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini penulisan mengenai tentang kesimpulan yang didapat dari sebuah penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran sesuai dengan hasil analisis data yang dilakukan.