

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Perubahan makro dalam *sector riil* khususnya yang meliputi perdagangan dan jasa termasuk di dalamnya bisnis ritel, tetap diharapkan mampu mempertahankan keberadaan usahanya. Hal ini mengakibatkan banyak bermunculan bisnis ritel atau perdagangan di Indonesia, dengan banyaknya pelaku bisnis di bidang sejenis, membuat para pelaku usaha wajib menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat bersaing dan tetap melakukan usahanya. Pelaku bisnis harus jeli dalam menyikapi perilaku konsumen dengan mengantisipasi perubahan dan dapat mempertahankan konsumen agar tetap loyal terhadap produk yang mereka perdagangkan.

Objek penelitian ini adalah PT. Cahaya Kawi Ultra Polyintraco yang menyediakan *springbed* seperti *single bed* dan *double bed* yang bermerek Bigland yang berlokasi di Jalan Eka Surya Gang Sidodadi No.37 Kuala Simeme, Namo Rambe Kabupaten Deli Serdang. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan kegiatan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

Tabel 1.1
Data Jumlah Pelanggan Januari – Desember 2019

Bulan	Jumlah Pelanggan (orang)
Januari	172
Februari	170
Maret	167
April	166
Mei	161
Juni	152
Juli	155
Agustus	157
September	154
Oktober	155
November	156
Desember	152

Sumber : PT. Cahaya Kawi Ultra Polyintraco (2019)

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan yang membeli pada PT. Cahaya Kawi Ultra Polyintraco yang mengindikasikan semakin menurunnya kepuasan pelanggan. Hal tersebut kemungkinan disebabkan oleh berkurangnya kepercayaan pelanggan terhadap produk perusahaan baik disebabkan karena menurunnya berkurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Tabel 1.2
Data Keluhan Januari – Desember 2019

Bulan	Jumlah Keluhan	Keluhan Pelanggan
Januari	8	Pengantaran barang tidak sekaligus
Februari	9	Respon permintaan produk yang agak lambat
Maret	11	Tagihan terlalu cepat
April	14	Proses perbaikan produk rusak yang lamban
Mei	17	Penagihan yang berulang kali
Juni	23	Adanya tambahan biaya ongkos antar
Juli	18	Sales tidak mengunjungi pelanggan dengan teratur
Agustus	15	Penagihan terlalu mendesak
September	17	Pemberian diskon yang berubah-ubah
Oktober	18	Karyawan tidak mau membantu mengangkat <i>springbed</i>
November	17	Adanya kenaikan harga pada barang yang sudah dipesan
		Model yang diminta tidak sesuai dengan model yang diantar

Desember	19	13.	Telepon kantor susah dihubungi
----------	----	-----	--------------------------------

Sumber : PT. Cahaya Kawi Ultra Polyintraco (2019)

Dari data keluhan pelanggan tersebut di atas dapat diketahui jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan kurang sesuai dengan harapan pelanggan karena pengantaran *springbed* yang dipesan tidak diantar sekaligus, penagihan belum jatuh tempo yang berulang kali dan mendesak, dan masih banyak keluhan lainnya berkaitan dengan pelayanan kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian dan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul skripsi: **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *SpringBed* Merk Bigland pada PT. Cahaya Kawi Ultra Polyintraco”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan gambaran fenomena dan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas layanan yang masih kurang sesuai harapan pelanggan seperti penagihan belum jatuh tempo yang berulang kali dan mendesak, dan proses perbaikan produk rusak yang lamban sehingga pelanggan mengajukan keluhan melalui telepon ataupun email.
2. Kepuasan pelanggan mengalami penurunan dapat dilihat dari turunnya jumlah pelanggan

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka menjadi permasalahan dalam penelitian ini :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas layanan – Fasilitas Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan Spring Bed Bigland
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas layanan – Empati terhadap Kepuasan Pelanggan Spring Bed Bigland
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas layanan – Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan Spring Bed Bigland
4. Bagaimana Pengaruh Kualitas layanan – Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan Spring Bed Bigland
5. Bagaimana Pengaruh Kualitas layanan – Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan Spring Bed Bigland

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan – Fasilitas Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan Spring Bed Bigland.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan – Empati terhadap Kepuasan Pelanggan Spring Bed Bigland.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan – Daya Tanggap Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan Spring Bed Bigland.
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan – Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan Spring Bed Bigland.
5. Pengaruh Kualitas Pelayanan – Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan Spring Bed Bigland.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan memperdalam wawasan yang berhubungan dengan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *springbed* Merk Bigland pada PT. Cahaya Kawi Ultra Polyintraco.

2. Bagi PT. Cahaya Kawi Ultra Polyintraco

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan dan dipakai sebagai bahan pertimbangan perencanaan untuk masa yang akan datang.

3. Bagi Universitas Islam Sumatera Utara

Sebagai bahan referensi dan data tambahan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan bidang manajemen pemasaran.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat menjadi bahan acuan apabila hendak meneliti dengan variabel yang sama.