

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pelanggan merupakan sosok individu atau kelompok yang mempunyai peran penting bagi perusahaan. Hal ini disebabkan keberadaan pelanggan mempunyai akses terhadap eksistensi produk di pasaran sehingga semua kegiatan perusahaan akan diupayakan untuk bisa memposisikan produk agar dapat diterima oleh pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di era kompetisi bisnis yang sangat ketat ini. Pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan sudah tidak diragukan lagi, banyak perusahaan sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Perusahaan mampu mengembangkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan akan memperoleh kesuksesan jangka panjang.

Upaya mempertahankan loyalitas pelanggan dapat dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya adalah melalui promosi penjualan dan kualitas produk yang sangat terjaga. Promosi penjualan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan juga dapat mempengaruhi pelanggan untuk tetap setia kepada perusahaan. Persaingan dagang dalam berbagai sektor memaksa perusahaan harus selalu membuat terobosan baru. Perusahaan yang sudah merencanakan produk dengan kualitas yang baik, serta telah menentukan harga jualnya secara tepat, belum menjamin keberhasilannya dalam memasarkan produknya. Untuk itu, dibutuhkan adanya komunikasi antara perusahaan dan konsumennya. Salah satu upaya yang dapat digunakan untuk mengenalkan produk atau jasa perusahaan

adalah dengan menggunakan kegiatan promosi yang terdiri dari beberapa jenis seperti periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, dan publisitas.

Tidak hanya promosi penjualan saja, ada hal lain yang juga dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yaitu kualitas produk dan kepuasan pelanggan. dengan meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas dengan produk dengan kualiaty baik dan dijual oleh perusahaan cenderung akan loyal terhadap produk perusahaan. Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan semakin besar.

PT. Salim Jaya Medan merupakan sebuah perusahaan yang aktif sebagai distributor makanan beku khususnya untuk bahan baku hasil laut dan daging lokal maupun impor. Berikut ini adalah data produk perusahaan:

Tabel 1.2 Produk Makanan Beku PT. Salim Jaya Medan

No.	Nama Produk
1.	Bebek Peking
2.	Ikan Salmon
3.	Ikan Salju
4.	Ikan Dory Fillet
5.	Daging Sapi
6.	Ayam Hitam
7.	Ayam Kampung
8.	Sosis Ayam
9.	Teripang
10.	Sirip Ikan Hiu
11.	Buntut Sapi
12.	Ikan Teri Jepang
13.	Scallop USA
14.	Baby Octopus
15.	Chuka Wakame

Sumber: PT. Salim Jaya Medan (2019)

Berdasarkan informasi yang dikumpulkan oleh peneliti, diketahui bahwa jumlah pelanggan dari waktu ke waktu semakin berkurang. Penurunan jumlah pelanggan pada tahun 2018 terhadap tahun sebelumnya dapat dikatakan cukup drastis. Penurunan jumlah pelanggan dikarenakan pelanggan berpindah kepada

perusahaan pesaing lainnya. Hal ini mengindikasikan adanya masalah loyalitas pelanggan. Lebih jauh lagi, peneliti juga memperoleh informasi bahwa terjadi penurunan frekuensi pengadaan promosi penjualan seperti penurunan diskon, paket cicilan yang kurang ekonomis, serta pengurangan program *lucky draw* untuk pelanggan.

Fenomena lainnya yang ditemukan adalah adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap sejumlah aspek yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.5 Data Keluhan yang Menunjukkan Ketidakpuasan Pelanggan

No.	Tahun	Jumlah Keluhan	Deskripsi
1.	2016	11	1. Keluhan terhadap pelayanan dari karyawan. 2. Keterlambatan pengiriman barang.
2.	2017	18	1. Banyak kasus pelanggan tidak puas karena keterlambatan pengiriman barang. 2. Kualitas barang yang sedikit mengecewakan
3.	2018	35	1. Banyak kasus kekecewaan konsumen terhadap ketidaktepatan janji perusahaan dalam mengirimkan barang. 2. Turunnya penilaian konsumen terhadap sikap perusahaan dalam menanggapi pertanyaan konsumen. 3. Kualitas barang yang memburuk.

Sumber: Wawancara Singkat dengan PT. Salim Jaya Medan (2019)

Meninjau permasalahan yang terjadi di perusahaan tersebut, peneliti berinisiatif untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Salim Jaya Medan (Studi Kasus Distribusi Makanan Beku)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, disinyalir bahwa masalah yang terjadi di perusahaan ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya penurunan loyalitas pelanggan diakibatkan frekuensi promosi penjualan yang jarang dilakukan.
2. Adanya penurunan loyalitas pelanggan diakibatkan karena kualitas produk penjualan yang sedikit mengecewakan.
3. Adanya penurunan loyalitas pelanggan diakibatkan karena kepuasan pelanggan yang dilihat dari banyaknya pelanggan yang menyatakan kekecewaannya.

1.3 Batasan Masalah

Peneliti membatasi penelitian ini hanya pada promosi penjualan (X_1), kualitas produk (X_2) dan kepuasan pelanggan (X_3) serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan (Y) PT. Salim Jaya Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Salim Jaya Medan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Salim Jaya Medan?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Salim Jaya Medan ?
4. Bagaimana pengaruh promosi penjualan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Salim Jaya Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Salim Jaya Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Salim Jaya Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Salim Jaya Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Salim Jaya Medan.

1.6 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pihak perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya dengan meningkatkan promosi penjualan, kualitas produk dan kepuasan pelanggannya.

2. Bagi akademis

Sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti masalah yang sama maupun yang berkaitan dengan topik ini.