

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

PT. Laris Sumut Makmur Medan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan oli mesin Pertamina dengan merek Rored. Perusahaan ini berada di jalan Brigjend Katamso No. 32-A Medan. Pelanggan perusahaan meliputi toko-toko yang menjual oli mesin, showroom motor dan mobil, dan perusahaan industry dan saat ini memiliki jumlah pelanggan tetap sebanyak 61. Dari hasil wawancara awal dengan bagian penjualan diketahui bahwa jumlah pelanggan di perusahaan mengalami penurunan. Untuk memperjelas masalah ini akan diuraikan data jumlah pelanggan perusahaan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 seperti pada Tabel I.1.

Tabel I.1

Data Jumlah Pelanggan PT. Laris Sumut Makmur Medan Tahun 2016 – 2020

No	Tahun	Jumlah Pelanggan
1.	2016	69
2.	2017	70
3.	2018	68
4.	2019	64
5.	2020	61

Sumber: PT. Laris Sumut Makmur Medan, Tahun 2021

Dari Tabel I.1 terlihat bahwa secara garis besar jumlah pelanggan di perusahaan mengalami penurunan kecuali pada tahun 2017 terjadi sedikit peningkatan jumlah pelanggan. Penurunan jumlah pelanggan di perusahaan dikarenakan ketidakpuasan pelanggan bertransaksi dengan perusahaan yang disinyalir karena faktor ekuitas umerek oli umesin uyang udijual uperusahaan.

Dari faktor ekuitas merek, pelanggan meragukan oli mesin merek Rored yang dijual perusahaan karena kurang terdengar di pasaran. Hal ini disebabkan perusahaan kurang melakukan kegiatan promosi dalam memperkenalkan kepada masyarakat mengenai produk oli mesin yang dijual sehingga masyarakat kurang mengetahui fitur, mutu, dan kualitas oli mesin tersebut. Selain itu, bagi pelanggan yang membeli untuk dijual kembali menilai merek oli mesin Rored yang dijual perusahaan kurang memberikan profit karena masyarakat kurang mengenali merek oli mesin Rored sehingga cenderung membeli oli mesin merek lainnya. Hal ini berdampak pada penurunan penjualan.

Selain faktor ekuitas merek, diferensiasi produk juga merupakan salah satu faktor yang menyebabkan penurunan kepuasan pelanggan. Dari faktor diferensiasi produk, pelanggan menilai merek oli mesin Rored yang dijual perusahaan tidak memiliki perbedaan yang menyolok dengan merek oli mesin yang udijual perusahaan lain sehingga tidak membentuk suatu ketertarikan bagi pelanggan untuk memutuskan pembelian oli mesin yang dijual perusahaan.

Berdasarkan fenomena permasalahan yang terjadi pada perusahaan, maka peneliti melakukan penelitian pada perusahaan ini dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek dan Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Laris Sumut Makmur Medan”**.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Ekuitas merek oli mesin yang dijual perusahaan masih lemah yang diketahui dari keraguan pelanggan akan oli mesin merek Rored yang dijual perusahaan karena perusahaan kurang melakukan kegiatan promosi dalam memperkenalkan kepada masyarakat mengenai produk oli mesin yang dijual dan oli mesin merek Rored kurang memberikan profit bagi pelanggan yang membeli untuk dijual kembali.
2. Diferensiasi produk oli mesin perusahaan belum baik karena tidak memiliki perbedaan yang menyolok dengan merek oli mesin yang dijual perusahaan lainnya seperti dalam hal fitur, mutu, dan kualitas oli mesin.
3. Terjadi penurunan kepuasan pelanggan yang terlihat dari realisasi penjualan yang tidak mencapai target.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu :

1. Apakah ekuitas merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Laris Sumut Makmur Medan?
2. Apakah Diferensiasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Laris Sumut Makmur Medan?
3. Apakah ekuitas merek dan Diferensiasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Laris Sumut Makmur Medan?

I.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji upengaruh ekuitas merek terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Laris Sumut Makmur Medan.
2. Untuk menguji pengaruh differensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Laris Sumut Makmur Medan.
3. Untuk menguji pengaruh ekuitas merek dan differensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Laris Sumut Makmur Medan.

I.5 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu seperti Tabel I.4:

**Tabel I.4
Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Saefudin Zuhdi dan Selvy Irawati (2016)	Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Restoran Roastu Chicken u& Pizza Meteran)	Variabel penelitian: Diferensiasi Produk (X_1), Kualitas Pelayanan(X_2), Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) Jumlah populasi = 1.440 responden Jumlah sampel = 100 responden	Secara parsial, diferensiasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan Secara simultan, diferensiasi produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan

2.	Ali Mubarok (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, <i>Brand Equity</i> , dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Immortal Cosmedika Indonesia Wilayah Tangerang Selatan)	Variabel penelitian: Kualitas Pelayanan (X_1), Brand Equity (X_2), Kualitas Produk (X_3), Kepuasan Pelanggan (Y) Jumlah populasi dan sampel = 104 responden	Secara parsial, kualitas pelayanan, <i>brand equity</i> , dan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Secara simultan, kualitas pelayanan, <i>brand equity</i> , dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan
3.	Mohammad Soleh Soe'aidy, dkk. (2017)	Pengaruh Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Jenis Low Cost Green Car	Variabel penelitian: Ekuitas Merek (X_u), Kepuasan Konsumen (Y) Jumlah populasi dan sampel = 150 responden	Ekuitas merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen

I.6 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan

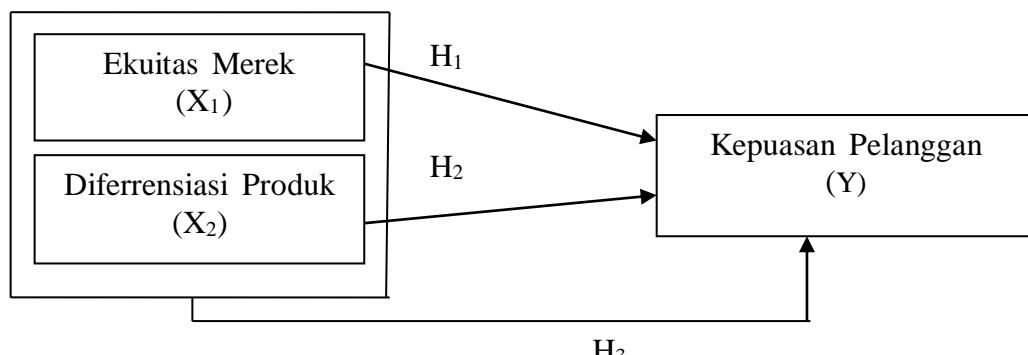
Menurut Sudaryono (2018:79), “Rasa puas atau tidak puas terhadap konsumsi suatu produk atau merek adalah hasil evaluasi alternatif pasca konsumsi atau evaluasi alternatif tahap kedua”.

I.7 Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Dimyati (2018:93), “Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus menerapkan diferensiasi, di mana diferensiasi merupakan salah satu jenis keunggulan bersaing yang bisa dimiliki perusahaan. Karena diduga penerapan diferensiasi produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen suatu perusahaan”.

I.8 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pembahasan diatas dapat digambarkan kerangka konseptual yaitu sebagai berikut :



Gambar 1: Kerangka Konseptual

I.9 Hipotesis uPenelitian

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁ : Ekuitas merek berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Pada PT. Laris Sumut Makmur Medan
- H₂ : Diferensiasi Produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Pada PT. Laris Sumut Makmur Medan
- H₃ : Ekuitas merek dan Diferensiasi Produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Pada PT. Laris Sumut Makmur Medan