

## BAB 1

### 1. PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Saingan antara perusahaan sangatlah sengit sehingga mendorong mereka untuk terus berinovasi demi menjadi yang terbaik di antara kompetitornya. Secara mendasar, Semakin sengit persaingan antar perusahaan, semakin banyak opsi yang tersedia bagi pelanggan untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Seiring dengan perkembangannya Sekarang, semakin banyak orang yang menggunakan teknologi smartphone. Perangkat ini merupakan jenis handphone yang lebih unggul dari handphone biasa dalam hal kemampuan. Selain itu, smartphone dianggap sebagai barang yang sangat diperlukan oleh beberapa orang karena dapat meningkatkan tingkat produktivitas kerja.

Tabel 1.1 Data Perbandingan Harga Produk Smartphone di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan Dengan Perusahaan Lain Periode Januari s/d Desember 2023

JENIS /TYPE	HARGA ( Rp )	HARGAPERUSAHAAN LAIN ( Rp )
Samsung A05	1.900.000	1.850.000
Vivo Y17	1.400.000	1.375.000
Oppo A18	1.600.000	1.500.000
Realme R11	3.300.000	3.275.000
Infinix Hot 40 pro	2.300.000	2.150.000

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan.

Promosi adalah metode atau aktivitas yang perusahaan gunakan untuk mengomunikasikan nilai kepada pelanggan.

Tabel 1.2 Data Promo Pada Smartphone Di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan Periode Januari s/d Desember 2023

Bulan	Jenis Promosi	Media Promosi	Waktu promosi	Permasalahan Promosi
Januari s/d Desember	Personal selling, Periklanan, Potongan Harga	Promotor, Instagram, Tiktok, Facebook , E commerce	Setiap Hari	Kurangnya tertarik iklan sehingga tidak menarik minat konsumen

Kepuasan konsumen adalah tanggapan dari konsumen terhadap produk, barang, atau jasa yang mereka gunakan, yang tercermin dalam perasaan atau pengalaman mereka.

PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan adalah perusahaan swasta yang bergerak dibidang smartphone. Lokasi perusahaan di jalan Iskandar Muda No.75. Masalah yang dihadapi perusahaan saat ini adalah penjualan perusahaan tidak mencapai targetnya.

Tabel 1.3 Data Penjualan Produk Smartphone Di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan Periode Januari s/d Desember 2023

<b>BULAN</b>	<b>TARGET ( Rp )</b>	<b>PENJUALAN ( Rp )</b>
JANUARI	24.000.000.00-	26.151.745.00-
FEBRUARI	24.000.000.00-	26.736.745.00-
MARET	28.000.000.00-	26.279.745.00-
APRIL	24.000.000.00-	21.249.045.00-
MEI	22.500.000.00-	21.282.295.00-
JUNI	40.100.000.00-	36.589.285.00-
JULI	21.500.000.00-	23.677.295.00-
AGUSTUS	23.500.000.00-	24.992.295.00-
SEPTEMBER	32.000.000.00-	32.953.795.00-
OKTOBER	32.00.000.00-	28.122.295.00-
NOVEMBER	30.000.000.00-	28.678.652.00-
DESEMBER	24.000.000.00-	25.152.011.00-

Berdasarkan konteks masalah, peneliti melakukan studi dengan judul “Pengaruh harga, kualitas, dan promosi terhadap tingkat kepuasan pelanggan saat membeli produk smartphone di PT.Christaraka Sukses Selalu” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dampak harga, kualitas, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan saat mereka membeli produk smartphone di PT.Christaraka Sukses Selalu.

## 1.2 Indetifikasi Masalah

Indetifikasi masalah pada peneltiain ini adalah :

1. Harga mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT.Christaraka Sukses Selalu Kota Medan.
2. Kualitas mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan.
3. Promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan.
4. Harga, Kualitas, dan Promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berikut adalah rumusan masalahnya :

1. Bagaimana dampak Harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan?
2. Bagaimana Kualitas mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan?
3. Bagaimana Promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan?
4. Bagaimana pengaruh Harga, Kualitas, dan Promosi terhadap kepuasan pelanggan di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berikut adalah tujuan dari penelitian ini. :

1. Untuk meneliti bagaimana Harga mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan .
2. Untuk meneliti bagaimana Kualitas mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan.
3. Untuk meneliti bagaimana Promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan.
4. Untuk menganalisa bagaimana Harga, Kualitas, dan Promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan.

### **1.5 Manfaat penelitian**

Keuntungan dari penelitian ini adalah

1. Bagi peneliti, sebagai peningkatan pengetahuan dan wawasan..
2. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait kepuasan pelanggan PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan.
3. Bagi Universitas, sebagai tambahan referensi dalam perpustakaan yang dapat bermanfaat bagi peneliti di masa depan.
4. Bagi Masyarakat, untuk meningkatkan kepuasan dalam penggunaan produk di PT. Christaraka Sukses Selalu Kota Medan.

### **1.6 Teori tentang harga**

- 1.6.1** Menurut Krisdayanto ( 2018 : 3 ), “harga adalah jumlah uang yang diberikan untuk barang atau jasa yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa”.

### **1.6.2 Indikator Harga**

Menurut Sabran ( 2012 : 278 ), “Terdapat lima indikator harga,misalnya

- Keterjangkauan dalam hal biaya
- Kesesuaian antara harga dan kualitas
- Persaingan harga
- Kesesuaian harga dengan keuntungan
- Potongan harga.

## **1.7 Teori Kualitas**

**1.7.1** Menurut Kotler dan Keller (2016: 164) menggambarkan kualitas produk sebagai kapasitas suatu item untuk memberikan kinerja atau hasil yang sesuai, seringkali melampaui harapan pelanggan.”.

### **1.7.2 Indikator kualitas**

Menurut Kotler ( 2013 : 149 ), “ Terdapat empat indikator yang menunjukkan kualitas produk yaitu

- Fitur
- Spesifikasi
- Daya tahan
- Kinerja.

## **1.8 Promosi**

**1.8.1** Menurut Kotler & Amstrong ( 2017 : 52 ), menjelaskan bahwa Promosi adalah cara perusahaan menunjukkan nilai kepada pelanggan”.

### **1.8.2 Indikator promosi**

Menurut Kotler & Amstrong ( 2019 : 62 ), “ Terdapat lima indikator promosi yaitu

- Iklan
- Promosi
- Hubungan sosial
- Pemasar langsung
- Penjualan tatap muka.

## 1.9 Teori tentang kepuasan Pelanggan

### 1.9.1 Kepuasan Pelanggan

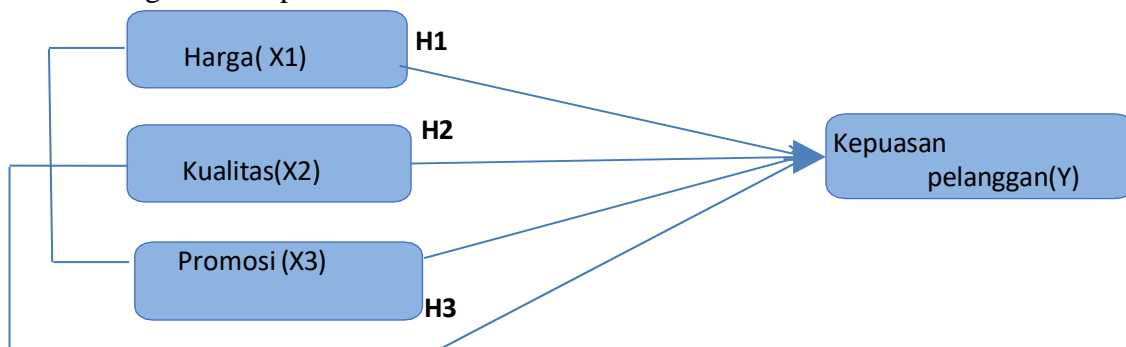
Menurut Park ( 2021 : 54 ), menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan pelanggan sebagai respons terhadap barang atau jasa yang telah digunakan”.

### 1.9.2 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Indrasari ( 2019 : 92 ) , “ Terdapat empat indikator konsumen pelanggan yaitu

- Berkesinambungan
- Cara pembayaran
- Citramerek
- Waktu pembelian.

### 1.10 Kerangka Konseptual



Penjelasan:

- H1: Pengaruh Harga pada kepuasan pelanggan
- H2: Pengaruh Kualitas pada kepuasan pelanggan
- H3: Pengaruh Promosi pada kepuasan pelanggan
- H1, H2, H3: Pengaruh Harga, Kualitas, Promosi pada kepuasan pelanggan

Keterangan	Des 2022	Jan s/d April 2023	Mei s/d Sep 2023	Oktober s/d Des 2023	Jan s/d April 2024	Mei s/d Juli 2024	Agustus s/d Sep 2024
Bimbingan offline	■						
Penyusunan proposal	■		■	■			
Bimbingan&perbaikan		■	■	■	■		
Pengumpulan data					■	■	
Pengelolaan&analisis data						■	■
Bimbingan&penyusunan skripsi							■
Sidang meja hijau							■