

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan saat ini sedang menghadapi persaingan terberat yang pernah mereka hadapi. Hanya perusahaan-perusahaan yang berfokus pada pelanggan yang berhasil menarik pelanggan, dan berhasil memperkenalkan produk. Banyak perusahaan yang berpikir bahwa mendapatkan pelanggan adalah tugas bagian pemasaran atau penjualan. Jika bagian tidak mampu mendapatkan pelanggan, perusahaan akan berkesimpulan bahwa tenaga pemasaran mereka kurang baik. Akan tetapi, kenyataannya adalah bahwa pemasaran hanyalah salah satu faktor untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Bagian pemasaran hanya dapat menjadi efektif pada perusahaan-perusahaan yang seluruh bagian dan karyawannya telah merancang serta menjalankan sistem penyampaian nilai pelanggan yang lebih unggul daripada para pesaingnya (Kotler, 2002 : 40).

Setiap perusahaan dapat selalu eksis, maka perusahaan harus memperhatikan perubahan kebutuhan pelanggan untuk memenangkan persaingan para pesaingnya. Perusahaan perlu menyusun strategi dengan tujuan untuk menciptakan *brand image* yang mendalam bagi pelanggan atau pengguna produk dan jasa pelayanan. Strategi tersebut dapat menjadi petunjuk arah dan pendorong motivasi untuk menciptakan langkah kreatif dan inovatif

yang dapat membentuk keadaan masa depan tujuan akhir strategi tersebut yakni terciptanya kepuasan pelanggan..

Sebagai usaha mebel, maka salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah mengenai pemberian pelayanan, hal ini menyangkut dengan keramahan dan kesopanan karyawan kepada pelanggan saat melakukan pembelian, apabila pelayanan yang diberikan baik maka akan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, faktor yang kedua adalah kualitas produk berkaitan dengan kualitas produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan, apabila kualitas produk baik maka dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, selain itu perusahaan harus melakukan garansi atas setiap pembelian produk-produk tersebut. Kemudian variabel ketiga adalah harga, dimana dengan harga jual yang rendah atau dengan adanya potongan harga atas pembelian setiap produk yang ditawarkan perusahaan maka akan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Selanjutnya variabel yang keempat adalah promosi, dimana promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan, memperkenalkan dan memberitahukan kepada masyarakat atau pelanggan mengenai jenis-jenis serta keunggulan produk dari perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada perusahaan, bahwa volume penjualan perusahaan mengalami penurunan, terjadinya penurunan volume penjualan disebabkan karena pelanggan kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, selain itu karena perusahaan kurang mengadakan promosi terhadap jenis produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis faktor yang mempengaruhi kepuasan Pelanggan CV Sumber Rejeki Meubel“

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Apakah pelayanan, kualitas produk, harga, promosi berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan CV Sumber Rejeki Meubel baik secara parsial atau simultan.
2. Variabel apa yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV Sumber Rejeki Meubel.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada CV Sumber Rejeki Meubel.
2. Untuk menganalisis keempat faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV Sumber Rejeki Meubel.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai bahan referensi bagi yang berminat untuk memperdalam masalah kepuasan Pelanggan.

2. Bagi penulis, selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.
3. Dengan melakukan penelitian, diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berguna bagi peneliti untuk dapat berfikir secara analisis dan dinamis di masa yang akan datang

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, maka dibuat rancangan penulisan yang mana dalam penelitian ini terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan yaitu tentang analisis faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan indikator empat variabel. Selain itu juga memuat hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan diuraikan tentang populasi, sampel dan metode pengambilan sampel, sumber data dan data, variabel – variabel penelitian dan metode pengumpulan data, metode analisa data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini akan menguraikan tentang sejarah umum perusahaan baik yang berkaitan tentang keberadaan perusahaan CV Sumber Rejeki Meubel.

BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian serta menyajikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang diberikan berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan sebelumnya.