

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Permohonan Ijin Penelitian Skripsi
- Lampiran 2 Persetujuan Ijin Penelitian Skripsi
- Lampiran 3 Formulir Permohonan Penulisan Skripsi
- Lampiran 4 Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5 Kuisisioner
- Lampiran 6 Data Tabulasi
- Lampiran 7 Hasil Output Uji Validitas
- Lampiran 8 Hasil Output Uji Reliabilitas
- Lampiran 9 Hasil Output Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10 Hasil Output Uji Hipotesis

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis dan usaha di zaman yang serba dinamis atau era globalisasi dewasa ini dirasa semakin pesat pertumbuhannya. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan atau kelebihan yang kompetitif yang siap akan bersaing secara sehat agar dapat *survive* dan terus bersaing mengembangkan bisnisnya dengan pesaing usaha yang lain atau istilahnya kompetitor. Langkah dan upaya yang dapat dilaksanakan adalah dengan terus meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan tentunya strategi pemasaran yang tepat sasaran pada pangsa pasar yang dituju. Keputusan konsumen di dalam menentukan pembelian kebutuhan akan pakaian yang akan digunakannya tentu akan berpengaruh dalam dirinya untuk menjalani hari-harinya. Suatu hal yang penting dalam menentukan pembelian tersebut adalah satunya dengan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan industri *fashion* karena kepuasan konsumen adalah tahap yang dianggap sangat *critical* oleh suatu perusahaan dimanapun. Dalam keputusannya konsumen juga memerlukan suatu adanya pengetahuan dan pemahaman dalam apa yang akan mereka pilih dan beli nantinya. Definisi dari konsumen sendiri menurut Sri Handayani (2012), adalah yang secara harfiah berarti seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa atau seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu. Menurut Abdur Rohman (2017), kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan-harapan konsumennya.

Menurut Philip Koetler dan Kevin Lane Keller (2013), perusahaan yang berpusat pada pelayanan tentunya berusaha memberikan keputusan terhadap konsumennya, dan

salah satu bagaimana caranya adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggannya yaitu dengan merendahkan harga beli, namun hal tersebut dapat mengakibatkan laba perusahaan mengalami penurunan. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan menghitung kepuasan konsumen secara rapi dan stabil, sebab salah satu kunci untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumennya itu sendiri.

Selain kualitas dari pelayanan, terdapat juga faktor yang tidak kalah penting di zaman sekarang yang serba dinamis dan instan ini didalam meningkatkan rasa kepuasan konsumen atau *customer satisfaction* yaitu promosi yang berbasis pada digitalisasi atau biasa yang disebut dengan online. Adanya faktor yang bisa sangat mempengaruhi keputusan dalam membeli yang disebabkan juga keterbatasan waktu luang yang digunakan untuk berbelanja, rasa malas untuk berpergian keluar rumah, menginginkan yang serba instan, hingga perbedaan harga yang didapatkan dari konsumen-konsumen tertentu. Salah satu cara agar *market share* dari perusahaan retail dalam mengembangkan usahanya dan demi masyarakat luas untuk mengetahui produk yang dijualnya adalah dengan terus meningkatkan inovasi-inovasi baru untuk menarik daya beli masyarakat. Variabel promosi berkontribusi positif terhadap keputusan pembelian yang artinya semakin besar daya tarik kegiatan promosi dari pemasar atau perusahaan nantinya akan semakin besar juga bagi konsumen dalam menentukan dan melakukan pembelian suatu produk. Dengan pesatnya dunia yang bersandingan dengan era digital yang semakin berkembang perusahaan-perusahaan retail seharusnya lebih memanfaatkan kesempatan ini untuk terus gencar membuat promosi yang berbasis online. Menurut Jamaludin (2015), sebuah promosi online dapat dikatakan demikian dikarenakan juga sebagai kegiatan promosi yang menggunakan kekuatan internet seperti halnya sosial media yang saat ini sudah digemari banyak kalangan masyarakat (facebook, instagram, whatsapp, dan berbagai saluran *e-commerce*). Diharapkan dengan adanya perubahan sektor pemasaran dari *door-to-door* menjadi berbasis online dapat menjadikan sebuah perusahaan retail kian diminati dan dirasakan tetap dekat dengan para konsumennya meskipun tidak perlu berbelanja secara langsung.

Kepuasan konsumen dapat diartikan sebuah evaluasi pasca pembelian suatu produk atau barang dimana alternatif yang dibeli minimal sama atau dapat melampaui ekspektasi para konsumennya. Menurut Freddy Rangkuti (2013), kepuasan pelanggan atau konsumen mempunyai tujuan yang sangat penting. Dalam keadaan sebuah *market* yang sangat dinamis dan kompetitif, kepuasan konsumen hanya merupakan perkiraan yang lemah terhadap konsumen yang tetap *survive* dari gempuran produk-produk mulai muncul di permukaan. Sedangkan menurut Philip Koetler dan Kevin Lane Keller (2013), beberapa perusahaan berpikiran bahwa cara memperhatikan kepuasan konsumen adalah dengan mencatat keluhan atau *complain*, tetapi sebagian para konsumen merasakan bahwa dalam memberikan berbagai keluhan itu tidak sebanding dengan usahanya atau mereka tidak mengetahui bagaimana atau untuk siapa mereka harus memberikan keluhan-keluhan tersebut dan mereka berhenti dalam melakukan aktivitas pembelian. Masih tingginya tingkat keinginan konsumen untuk menyampaikan *complain* ini dapat dikarenakan juga ditemukan kecenderungan enggan untuk *face-to-face* dengan pihak perusahaan, minimnya wawasan dan pengalaman konsumen dalam menyampaikan keluhan, kesulitan dalam memperoleh ganti rugi, *product value* atau jasa yang dibeli relatif lebih kecil dan rendahnya peluang keberhasilan dalam membuat *complain* atau keluhan.

Salah satu perusahaan yang menyediakan produk-produk kebutuhan masyarakat akan pakaian yang terkenal di Indonesia tentu saja PT. Panen Lestari Indonesia atau masyarakat luas lebih sering mengenalnya dengan nama brand SOGO. Perusahaan yang dimana telah berkembang pesat dari tahun ke tahun yang telah mempunyai cabang di berbagai kota-kota besar di Indonesia yang hanya terdapat di pusat perbelanjaan atau mall dengan skala yang besar atau keatas. Perusahaan yang telah berkembang baik meskipun pada tahun-tahun sulit yang dialami di Indonesia kemarin tetap berhasil melewatinya yang dikarenakan kegigihan usaha perusahaan untuk terus giat mempromosikan produk-produk yang dijualnya berada dijalur berbasis online dengan bantuan berbagai nama-nama terkenal *e-commerce* yang sedang naik daun di Indonesia

seperti Tokopedia, Lazada, dan Shopee yang memudahkan para konsumen menjangkaunya.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk ilmiah yang melihat pada bagaimana kualitas pelayanan yang mengharuskan pembeli dan penjual bertemu langsung dan promosi online yang menjadi kepuasan konsumen dalam berbelanja mereka. Peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Online Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Panen Lestari Indonesia (SOGO) Cabang Tunjungan Plaza”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas , maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen di PT. Panen Lestari Indonesia (SOGO) Cabang Tunjungan Plaza ?;
2. Apakah promosi online berpengaruh pada kepuasan konsumen di PT. Panen Lestari Indonesia (SOGO) Cabang Tunjungan Plaza ?;
3. Apakah kualitas pelayanan dan promosi online secara bersama-sama berpengaruh pada kepuasan konsumen di PT. Panen Lestari Indonesia (SOGO) Cabang Tunjungan Plaza ?.

## **1.3 Batasan Masalah**

Di dalam penelitian ini peneliti membatasi permasalahan yang ada agar tidak terlalu luas dan menyimpang jauh, dan memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian. Adapun batasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang akan diteliti adalah seperti wujud fisik, responsivitas, atau ketanggapan, kehandalan, jaminan, dan empati;

2. Promosi online yang akan diteliti adalah seperti produk yang baru diluncurkan, perubahan harga oleh diskon, informasi tren yang sedang digemari saat ini, media online yang bisa digunakan dalam berbelanja, dan kuis, voucher belanja, hadiah pada hari-hari tertentu atau *giveaway*;
3. Kepuasan konsumen yang akan diteliti adalah penyediaan layanan yang baik dalam bicara dan sikap, pegawai yang cepat dan tanggap dalam merespon konsumen, kemampuan pegawai dalam mengetahui produk yang dijualnya, perhatian individu dengan baik kepada keluhan konsumen, dan promosi yang berlangsung dapat tersampaikan dengan media online.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Di dalam rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di PT. Panen Lestari Indonesia (SOGO) Cabang Tunjungan Plaza;
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi online secara parsial terhadap kepuasan konsumen di PT. Panen Lestari Indonesia (SOGO) Cabang Tunjungan Plaza;
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi online secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT. Panen Lestari Indonesia (SOGO) Cabang Tunjungan Plaza.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Pada penulisan ini diharapkan memiliki manfaat penelitian antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi informasi untuk perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan pelayanan terhadap semua

konsumen yang berbelanja di PT. Panen Lestari Indonesia (SOGO) Cabang Tunjungan Plaza.

2. Bagi STIAMAK Barunawati

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan dan wawasan untuk mahasiswa dalam berpikir, menambah wawasan dan menambah literatur perpustakaan sehingga bisa bermanfaat bagi semuanya khususnya dalam kepuasan pelanggan.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana untuk belajar dan menambah wawasan bagi penulis tentang bagaimana kualitas dan pelayanan yang ada di PT. Panen Lestari Indonesia (SOGO) Cabang Tunjungan Plaza. Peneliti mengharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan peneliti selanjutnya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Di dalam mempermudah pengertian dan pemahaman dari penelitian ini, maka peneliti menyusun suatu sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah yang menjadi acuan penelitian dan landasan penelitian. Adanya rumusan masalah yang menjadi fokus orientasi penelitian. Selain itu terdapat batas masalah agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari rumusan masalah. Serta terdapat tujuan dan manfaat yang ingin diteliti dalam penelitian ini., dan sistematika penulisan yang berisi uraian singkat proses penulisan tugas akhir ini menjadi lebih rapi dan terarah.

### **2. BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang memiliki korelasi atau berhubungan dengan pembahasan yang diperkuat dengan menunjukkan hasil penelitian sebelumnya. Teori-teori tersebut diperoleh dari buku-buku referensi maupun berbasis internet serta sumber informasi lain yang memiliki kaitan dengan pembahasan penelitian.

### **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian dan penulisan laporan dari penelitian. Agar hasil yang dicapai tepat sasaran, maka diperlukan langkah-langkah penelitian yang terstruktur baik dan terarah sehingga hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian.

### **4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang analisis dari hasil penelitian, pengumpulan data dan pengolahannya sehingga hasil yang dicapai selama penelitian dan pembuatan dari tugas akhir ini.

### **5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari pokok-pokok bahasan yang disertai juga dengan saran-saran untuk pihak yang terkait yang digunakan sebagai objek penelitian demi memperbaiki kekurangan yang ada dan demi perkembangan di masa yang akan datang.