

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha, persaingan usaha semakin meningkat, terciptanya diversifikasi produk berupa barang dan jasa, persaingan antar pelaku usaha semakin meningkat dan semakin kuat. Yang terbaik dari kompetisi. Kebutuhan pasar yang dinamis berubah dengan cepat dan terus menerus, dan perusahaan memiliki berbagai kreativitas untuk menggunakan kekuatan dan kemampuan mereka untuk menafsirkan ancaman dan peluang pasar. Dan Anda perlu berpikir serius. Pertumbuhan ekonomi dan transformasi, ditambah dengan kinerja bisnis yang cepat, mengharuskan perusahaan untuk mengembangkan strategi mereka untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam hal ini, perusahaan industri kreatif harus merespon perubahan pasar dan tidak kehilangan pasar bagi pemilik dan pengembang. Konsumen merasa senang ketika kebutuhannya terpenuhi. Memastikan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci untuk menjaga perusahaan tetap kompetitif di dunia industri. Dalam bidang jasa, perusahaan akan mengetahui kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini konsumen memilih jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Jadi layanan yang tepat untuk pelanggan yang menggunakan layanan harus disediakan oleh perusahaan.

Dewasa ini, persaingan perusahaan semakin banyak, tanpa terkecuali, apa yang terjadi sekarang dengan penyedia layanan atau dengan ketentuan yang jelas bagi masyarakat umum, untuk mencapai kesejahteraan dan kepuasansosial di seluruh dunia sebagai pelanggan sangat penting. Dalam kehidupan, terutama di zaman globalisasi ketika bisnis dan masyarakat terlibat dalam pengelolaan sehari-hari hal-hal yang perlu untuk mengikuti kemajuan segala sesuatu. ekonomi s untuk menyelesaikan proses pengiriman. Jasa real estate yang ada dan memenuhi kebutuhan atau mengelola usaha atau bisnis. Pengirim tidak dapat datang. Berdasarkan opini publik yang berkembang, merangsang keinginan public untuk melakukan proses pengiriman untuk mencapai tempat atau tempat tertentu secara tepat waktu.

PT. Ambra Logistik Mandiri adalah salah satu perusahaan pelayaran terbesar di Surabaya. PT. Ambra Logistik Mandiri bertanggung jawab atas jasa pengiriman, member PT. metharilin. Awalnya bernama PT. Banggai Jaya Perkasa dan berganti nama mulai 11 Juli 2016

Salah satu komponen kunci dalam memberikan pelayanan transportasi atau clear delivery, tidak terlepas dari sistem transportasi yang mendukung ketepatan dan kecepatan waktu, adalah transportasi udara dimana pihak penyedia jasa berkeinginan untuk mengirimkan barang yang meningkatkan pelayanan dan kepuasan material. pengguna jasa, karena angkutan udara menawarkan kemungkinan untuk tiba di tempat tujuan tepat waktu baik melalui jalan darat maupun laut. Dengan tingginya permintaan masyarakat terhadap barang konsumsi dalam beberapa tahun terakhir, hal ini juga memicu persaingan antar perusahaan sejenis. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha perlu meningkatkan kapabilitas, kapabilitas dan keterampilannya untuk menghadapi persaingan dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan penyedia jasa perjalanan wisata sehingga menjadi minat dan kebutuhan pelanggan. Penonton perjalanan kargo ini membuat beberapa perusahaan jasa real estate menjadi kompetitif. Memuaskan masyarakat dengan pelayanan terbaik dan harga bersaing dengan perusahaan real estate, juga karena memberikan pelayanan yang baik secara tidak langsung mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa barang.

Tjiptono (2016: 19) pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan suatu saham di antara dua pilihan atau lebih, sedangkan menurut Kotler dan Keller (2017: 240) keputusan pembelian konsumen menciptakan tujuan pembelian jenis yang paling populer.

Ada beberapafaktor yang mempengaruhikeputusanuntukmenggunakanjasa real estate, yang pertama adalah penjualan individu. Hal ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya oleh Reni Fitri W (2017) yang menunjukkan bahwa penjualan individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler & Armstrong (2015: 484), interaksi tatap muka meliputi interaksi

tatap muka dengan prospek dan pelanggan yang membangun hubungan penjualan dan pengembangan dengan mereka. Di sisi lain, menurut Terence A. Shimp (2016: 281) – Jual adalah bentuk individu. Komunikasi adalah ketika seorang tenaga penjualan berinteraksi dengan pelanggan potensial dan mencoba membuat mereka membeli produk atau layanan.

Selain penjualan individu, pemasaran langsung merupakan faktor penting dalam mempengaruhi penggunaan jasa real estate. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Evelyn Chandra (2016) yang menyatakan bahwa penjualan langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Jony Ardianto (2015:13) mendefinisikan pemasaran langsung sebagai metode pemasaran yang digunakan oleh bisnis atau organisasi yang berkomunikasi langsung dengan pelanggan dengan tujuan untuk menerima tanggapan atau transaksi. Pengecer menggunakan produk atau layanan untuk menargetkan pelanggan secara langsung. Iklan menargetkan pelanggan secara langsung, tetapi tenaga penjualan dan pelanggan tidak harus bertemu langsung. Saluran pemasaran langsung ini dapat berbentuk surat, telemarketing, email, dan lainnya.

Hal lain yang kurang penting dari dua poin sebelumnya adalah pemasaran afiliasi. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Ida Ayu Trisna W (2016) yang menunjukkan bahwa affiliate marketing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016: 478), pemasaran afiliasi bertujuan untuk menarik pelanggan dan harapan, secara langsung atau tidak langsung, untuk meningkatkan kesadaran, meningkatkan citra mereka dan mempromosikan penjualan produk dan produk. Kegiatan dan program online.

Dari penjelasan latar belakang diatas penulis mengangkat judul “ **Pengaruh *Personal Selling, Direct Marketing dan Marketing Interaktif Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ekspedisi PT Ambra Logistics***”.

1.2. Rumusan Masalah

Menurut dari latar belakang yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah dari penelitian ini penulis merumuskan yaitu:

1. Apakah personal selling berpengaruh pada keputusan penggunaan jasa ekspedisi PT Ambra Logistics?
2. Apakah direct marketing memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi PT Ambra Logistics?
3. Apakah marketing interaktif berpengaruh pada keputusan penggunaan jasa ekspedisi PT Ambra Logistics?
4. Apakah personal selling, direct marketing dan marketing interaktif secara bersama - sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi PT Ambra Logistics?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada pelanggan PT Ambra Logistics.
2. Hanya menggunakan 3 variabel bebas yaitu personal selling, direct marketing dan marketing interaktif, serta 1 variabel terikat yaitu keputusan pengguna jasa ekspedisi PT Ambra Logistics.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah personal selling memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi PT Ambra Logistics.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah direct marketing juga berpengaruh pada keputusan penggunaan jasa ekspedisi PT Ambra Logistics.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah marketing interaktif berpengaruh dengan keputusan penggunaan jasa ekspedisi PT Ambra Logistics.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah personal selling, direct marketing dan marketing interaktif secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi PT Ambra Logistics.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dan berguna bagi semua pihak yang terkait pada penelitian kali ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi PT Ambra Logistics: dapat memberikan kritik dan saran yang bermanfaat bagi perusahaan, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Bagi STIAMAK Barunawati: dapat digunakan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya, dan dapat memberikan perbandingan hasil penelitian di dibidang yang sama.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan.

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode yang digunakan yaitu kuantitatif, populasi dan sampel serta teknik analisis yang digunakan.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang paparan hasil pengolahan data penelitian yang dilakukan oleh penulis.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis menguraikan isi penelitian ini yang bermakna mengenai kesimpulan dari pokok bahasan dan beserta dengan saran dari pihak terkait

sebagai obyek penelitian guna mengoreksi kekurangan dan sebagai perkembangan dimasa depan.