BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Semakin banyaknya perusahaan artinya semakin ketatnya persaingan di dunia usaha, serta meluasnya berbagai produk baik berupa barang maupun jasa yang menyebabkan persaingan bisnis antara perusahaan semakin ketat untuk berlomba-lomba menjadi yang terbaik. Kebutuhan akan keinginan pasar yang bergerak secara dinamis berubah secara cepat dengan terus-menerus, sehingga perusahaan harus berpikir lebih kreatif serta kritis dalam memaknai ancaman peluang yang ada dipasar melalui pemanfaatan kekuatan dan kapabilitas yang dimiliki perusahaan. Pertumbuhan dan perubahan ekonomi serta kegiatan bisnis yang semakin pesat menuntut perusahaan mengembangkan strategi pemasarannya untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Dalam hal ini perusahaan yang bergerak disektor industri kreatif harus cepat tanggap dalam mengatasi perubahanperubahan yang terjadi di pasar, sehingga perusahaan tidak kehilangan target pasar untuk dimiliki dan dikembangkan;

Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari pencapaian dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Seorang konsumen akan merasa puas jika kebutuhannya terpenuhi. Sehingga kepuasan konsumen menjadi hal utama perusahaan untuk tetap mampu bersaing dalam dunia industri. Pada industri jasa, perusahaan akan mengidentifikasi kebutuhan apa saja yang diinginkan oleh konsumen. Konsumen dalam hal ini memilih jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Sehingga layanan secara optimal pada konsumen yang menggunakan jasa harus dilakukan oleh perusahaan;

PT. Sinar Mentari Abadi Logistik adalah badan usaha yang berurusan dalam bidang proses jasa pengurusan transportasi/ EMKL dan *Freight Forwarding*. PT. Sinar Mentari Abadi Logistik merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang. PT. Sinar Mentari Abadi Logistik yang berada di Surabaya ini didirikan oleh Ibu Yuliana Indahwati;

Konsumen memiliki peranan penting dalam siklus hidup perusahaan. Untuk menjaga kesuksesan bisnisnya, perusahaan harus tetap menjaga dan mempertahankan eksistensi produk di pasaran, citra perusahaan, kualitas produk dan menjadikan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Apalagi mengingat konsumen dapat mencerminkan potensi pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Di era modern saat ini, konsumen sudah semakin cerdas dan selektif dalam memilih produk apa yang akan dibeli. Dalam hal ini perusahaan harus peka terhadap perkembangan zaman dan bersifat dinamis, dalam arti perusahaan harus mau melakukan inovasi-inovasi yang diperlukan. Karena di era globalisasi seperti sekarang yang mana persaingan bisnis begitu ketat dan kompleks, perusahaan yang tidak mau menciptakan inovasi pasti akan tertinggal;

Fandy Tjiptono (2016) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan;

Citra perusahaan menurut Gregory (2011) Citra perusahaan merupakan kombinasi dampak terhadap observer dari semua komponen-komponen verbal maupun visual perusahaan baik yang direncanakan ataupun tidak tirencanakan atau dari pengaruh eksterial lainnya;

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah citra perusahaan. Hasil penelitian terdahulu dari Erwina Safitri (2016) mengatakan bahwa “Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan”. Setiap perusahaan mempunyai citra yang sudah melekat. Tidak sedikit barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan begitu kuat citranya dibenak konsumennya. Citra dapat dikatakan sebagai persepsi masyarakat dari adanya pengalaman, kepercayaan, perasaan, dan pengetahuan masyarakat itu sendiri terhadap perusahaan. Sehingga citra merupakan salah satu aset terpenting dari perusahaan yang selayaknya terus menerus dibangun dan dipelihara;

Citra suatu perusahaan yang meliputi nama baik perusahaan, reputasi ataupun keahliannya merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembeli pada sektor jasa dibandingkan pada sektor produk. “Membina dan mempertahankan suatu citra yang kuat sangat penting artinya bagi suatu organisasi jasa jika ingin manarik konsumen dan mempertahankan loyalitasnya” (Farida, 2011). Selain citra perusahaan, yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Hasil penelitian terdahulu dari Andra Miranthi Idris (2017) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tjiptono (2012) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan (Rangkuti, 2013);

Hal lain yang tidak kalah penting adalah faktor harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian terdahulu dari Andra Miranthi Idris (2017) mengatakan bahwa “ harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan”. Menurut Kotler dan Amstrong (2012) mengatakan bahwa “ harga dapat didefinisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa”. Atau dapat didefenisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok di pasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar

konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut;

Dari penjelasan latar belakang diatas penulis mengangkat judul "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sinar Mentari Abadi Logistik".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Sinar Mentari Abadi Logistik?;
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Sinar Mentari Abadi Logistik?;
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Sinar Mentari Abadi Logistik?;
4. Apakah citra perusahaan, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Sinar Mentari Abadi Logistik?.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada karyawan PT Sinar Mentari Abadi Logistik;
2. Hanya menggunakan 3 variabel bebas yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu citra perusahaan, kualitas pelayanan dan harga.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Sinar Mentari Abadi Logistik;

2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Sinar Mentari Abadi Logistik;
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Sinar Mentari Abadi Logistik;
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah citra perusahaan, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Sinar Mentari Abadi Logistik.

1.5. Metode Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi PT Sinar Mentari Abadi Logistik: untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan;
2. Bagi STIAMAK Barunawati: sebagai refrensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian 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;

BAB I PENDAHULUAN

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

penulisan;

BAB II LANDASAN TEORI

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

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode yang di gunakan yaitu kuantitatif, popolasi, dan sampel serta teknik analisis yang digunakan;

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

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

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.