

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin lama semakin maju dan berkembang pesat ini sangat mempengaruhi aktivitas manusia setiap harinya, begitupula tingkat perekonomian masyarakat yang semakin meningkat berimbas pada daya beli masyarakat dalam bentuk produk maupun jasa. Hal ini membuat para pelaku bisnis melakukan berbagai usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan baik dalam produk maupun jasanya.

PT. Nusantara Traisser merupakan perusahaan swasta yang bergerak dibidang jasa pelatihan dan Sumber Daya Manusia (SDM) bagi peningkatan kompetensi tenaga kerja industri baik ditingkat nasional maupun global, PT. Nusantara Traisser pertama kali didirikan berlokasi di Masjid Agung Area Blok A No.1 Jl. Pagesangan Baru V Surabaya. Sebagai perusahaan jasa pelatihan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang bergerak dibidang teknik, *safety*, dan manajemen. PT. Nusantara Traisser berada dalam posisi menyediakan dan menyelenggarakan program pelatihan bagi peningkatan kompetensi tenaga kerja industri baik ditingkat nasional maupun global.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, dan pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang (Tjiptono 2018:32). Dalam pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan

keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan konsumen. Oleh karena itu pengusaha dalam membangun sebuah usaha bisnis harus mempunyai kemampuan supaya dapat menghadapi tantangan dari lingkungan yang dinamis dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya karena dari waktu ke waktu selera atau keinginan pelanggan selalu berubah-ubah. Dengan demikian para konsumen mempunyai penilaian ataupun persepsi yang baik pada perusahaan tertentu. Pada umumnya sebuah usaha tentu akan mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, namun jika ingin memperoleh keuntungan yang besar sebuah usaha tentunya akan menerapkan kegiatan pemasaran yang baik pula. Didalam pemasaran sendiri harus diperhatikan jauh dari sebelumnya, agar pemasaran yang dijalankan dapat mengundang para konsumen supaya datang dan tertarik terus menerus. Karena konsumen yang potensial akan selalu mempertimbangkan beberapa aspek, diantaranya yaitu aspek dari pengaruh komunikasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

Komunikasi Pemasaran merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi perusahaan terhadap target pasarnya. Komunikasi pemasaran perlu dirancang sedemikian rupa sehingga proses komunikasi berjalan efektif dengan biaya yang efisien. Beberapa alat bauran komunikasi yang sering digunakan dalam proses komunikasi pemasaran yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan penjualan langsung PT. Nussantara Traisser menggunakan sistem komunikasi pemasaran yang masih dianggap kuno dengan cara menggunakan komunikasi

pemasaran via seluler terhadap para pelanggan dan kurang memanfaatkan media sosial yang ada Priansa (2017:94).

Merumuskan kualitas jasa atau pelayanan sebagai berikut: "Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan" Tjiptono (2018:268).

"Dengan meningkatkan kualitas atribut produk dan pelayanan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat, meningkatnya kepuasan pelanggan ini diharapkan dapat meningkatkan upaya mempertahankan pelanggan yang pada akhirnya akan menghasilkan profit yang lebih besar". Dengan demikian harus dipahami bahwa kepuasan dari para pelanggan merupakan kunci terciptanya loyalitas dari para pelanggan. Dalam kurun waktu yang lama, akan lebih menguntungkan jika bisa mempertahankan kepuasan pelanggan lama daripada harus melakukan pemasaran ulang untuk mendapatkan pelanggan baru. Pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut dan malah akan menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru Lupiyoadi (2019).

PT. Nusantara Traisser juga menawarkan program-program unggulan untuk para tenaga teknis khusus dilapangan, mulai dari tingkat pertama (*basic*), menengah (*intermediate*) sampai tingkat utama (*advance*). Dengan adanya komunikasi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sangat berpengaruh untuk meningkatkan kualitas perusahaan pada PT. Nusantara Traisser.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengangkat judul **“Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Nusantara Traisser”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari pembahasan uraian diatas, maka dapat dirumuskan pokok-pokok permasalahan, yaitu:

1. Apakah Komunikasi Pemasaran berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan pada “PT. Nusantara Traisser”?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan pada “PT. Nusantara Traisser”?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan pada “PT. Nusantara Traisser”?
4. Apakah Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan secara bersama sama berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan pada “PT. Nusantara Traisser”?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan pada “PT. Nusantara Traisser”
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada “PT. Nusantara Traisser”
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada “PT. Nusantara Traisser”

4. Untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada “PT. Nusantara Traisser”

1.4 Manfaat Penelitian

Dilihat dari tujuan penelitian maka kegunaan diadakannya penelitian adalah sebagai berikut:

1.4.1 Bagi PT. Nusantara Traisser

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan perusahaan untuk kedepannya dan dapat memberi masukan terhadap pelaksanaan komunikasi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan sehingga PT. Nusantara Traisser menjadi lebih baik dan berkualitas dalam pengembangan perusahaan.

1.4.2 Bagi Penulis

Hasil penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan informasi lebih dalam tentang pengaruh komunikasi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang ada di PT. Nusantara Traisser.

1.4.3 Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, penelitian ini diharapkan berguna untuk menambahkan dalam referensi penelitian-penelitian dan menambah koleksi perpustakaan.

Halaman Ini Sengaja Dikosongkan