

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis saat ini mengalami perkembangan yang pesat, hal ini disebabkan karena adanya ide kreatif serta inovatif dari para pengusaha serta tidak luput dari persaingan yang semakin ketat terutama dalam memasarkan produk dalam usaha dan meningkatkan kualitas layanannya kepada pelanggan agar dapat mempertahankan loyalitasnya. Strategi serta persaingan bisnis antar produk untuk mendapatkan ketertarikan dan perhatian konsumen terhadap produk yang dipasarkan menjadi sebuah hal yang paling utama agar mampu menghadapi persaingan dalam memasarkan produk. Strategi dalam pemasaran beserta sistem dan juga aktivitasnya dapat mendekatkan konsumen pada produk dan juga posisi dimata konsumen.

Hal yang tak luput dari perhatian dalam rumah tangga adalah kemampuan kita dalam memasang, memperbaiki, mewarnai maupun membuat sesuatu sendiri. Untuk melakukan itu semua dibutuhkan peralatan dalam rumah yaitu alat perkakas atau alat pertukangan. Salah satu produk dari PT. Logam Sejati yakni fitting pipa MDN, kuas cat MDN, kran MDN dan alat pertukangan lainnya yang berbahan dasar kayu dan pvc. Fitting pipa dan kran memiliki fungsi menyambung pipa supaya aliran air dapat mengalir dengan lancar, sedangkan kuas cat adalah alat untuk mengecat bagian dinding rumah. Bahan yang di gunakan berupa bahan pvc dan kayu yang dicetak di mesin dan di bentuk menjadi produk tersebut..

Seiring meningkatnya kebutuhan alat-alat perkakas dalam rumah tangga dan perkembangan jumlah penduduk Indonesia yang semakin banyak, serta permintaan akan industri khususnya yang berbahan dasar kayu dan pvc. Salah satu industri yang mengolah bahan kayu dan pvc ada di PT. Aiwo Internasional Indonesia. Produk yang telah jadi diberi merek MDN seperti fitting pipa, kuas cat dan kran, dimana PT. Logam Sejati sebagai distributor. Penggunaan bahan kayu dan pvc dinilai memiliki pemakaian jangka panjang dan bahan yang mudah di daur ulang.

Masalah yang dihadapi perusahaan saat ini yaitu mengenai bagaimana mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan tujuannya. Faktor persepsi harga, kualitas layanan dan citra merek merupakan hal penting serta tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan bisnis baik barang maupun jasa dengan memberikan persepsi harga, kualitas layanan dan citra merek yang baik kepada pelanggan dalam melakukan transaksi.

Mengenai persepsi harga, Xia et al dalam Lee dan Lawson-Body (2011:532) mengemukakan bahwa persepsi harga merupakan penilaian pelanggan dan bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain masuk di akal, dapat diterima atau dapat dijustifikasi. Permasalahan dari produk PT. Logam Sejati seiring dari penghujung tahun ataupun pergantian tahun identik dengan harga barang yang naik. Faktor yang mengakibatkan kenaikan harga adalah harga bahan baku dan biaya operasional dari PT. Logam Sejati juga naik dan harga barangpun dinaikkan. Kenaikan harga mencapai 30% dari

harga sebelumnya. Hal ini memunculkan persepsi bagi banyak pelanggan yang menilai bahwa harga produk PT. Logam Sejati memiliki harga yang tinggi dan harga dari PT. Logam Sejati relatif lebih mahal dari kompetitor yang berdampak pada kepuasan pelanggan.

Selanjutnya selain persepsi harga, pebisnis juga harus memperhatikan kualitas layanannya agar dapat memberikan kualitas layanan yang baik sehingga menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kasmir (2017:47) Kualitas Layanan adalah tindakan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan dan juga pimpinan. Permasalahan kualitas layanan pada PT. Logam Sejati yaitu banyak keluhan dari pelanggan mengenai pelayanan yang tidak memuaskan seperti lambatnya dalam pengiriman barang, kurangnya kelengkapan barang dan pengambilan barang yang terlalu banyak menyebabkan konsumen merasa keberatan dalam berbelanja barang di PT. Logam Sejati.

Selain dari itu, faktor citra merek tak kalah pentingnya dibandingkan persepsi harga dan kualitas layanan dalam hal kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Amstrong (2018:250) citra merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari hal-hal tersebut. Perusahaan yang telah bertahan dan berkembang lama juga harus bisa memperkenalkan merek yang dimiliki oleh perusahaan. Merek memberikan kesan tersendiri terhadap persepsi kualitas baik atau buruk bagi konsumen. Merek juga dapat memberikan dampak terhadap penggunaan jasa konsumen. Semakin merek memberikan kesan yang baik bagi konsumen, maka tentunya akan menimbulkan persepsi yang positif bagi konsumen yang dapat menimbulkan kepuasan pelanggan.

PT. Logam Sejati memberi merek pada produknya bernama MDN, dimana merek MDN ini kurang diketahui khalayak umum sehingga merek MDN kurang terbentuk dengan kurangnya promosi melalui media cetak maupun media sosial..

Tujuan dari membangun sebuah bisnis yaitu membuat pelanggannya merasa puas. Kepuasan pelanggan adalah sikap dimana proses akhir yang diterima sesudah mendapatkan sesuatu sesuai dengan harapan. Untuk itu perusahaan PT. Logam Sejati harus memberikan harga ekstra dan menyesuaikan kembali harga barang yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Selain itu juga memperbaiki kualitas layanannya terutama dalam proses negosiasi waktu pengiriman dan kesesuaian pengambilan barang yang dibutuhkan pelanggan, dan yang terakhir melakukan kegiatan promosi melalui media cetak ataupun media sosial agar merek mudah dikenal oleh pelanggan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, PT. Logam Sejati merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang impor dan distribusi alat-alat perangkat pertukangan. Perusahaan tersebut telah melakukan dan menerapkan strategi guna menghadapi persaingan pasar seperti harga yang bersaing, kualitas pelayanan yang prima hingga mempunyai citra merek yang bagus merupakan strategi yang diterapkan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan yang diharapkan berdampak positif pada perusahaan. Tetapi yang terjadi dalam 3 bulan terakhir, mulai dari Oktober sampai Desember 2021 tingkat presentase penjualan (*sales*) mengalami penurunan yang diakibatkan kenaikan harga barang.

Berikut data mengenai penjualan produk PT. Logam Sejati (MDN) berdasarkan data yang didapat dari PT. Logam Sejati.

Tabel 1.1 Tabel Penjualan

Bulan	Total
Oktober	2,628,942,382.91
November	1,993,801,951.97
Desember	1,360,294,099.99

Sumber : PT. Logam Sejati 2021

Seperti yang telah ditampilkan pada tabel 1.1 bahwa pendapatan penjualan produk alat perkakas pertukangan PT. Logam Sejati mengalami penurunan berkisar 25%-30%. Hal ini di karenakan harga bahan baku dan biaya operasional PT. Logam Sejati naik. Sedangkan pelanggan merasa kecewa karena harga barang juga ikut naik dan dinilai terlalu tinggi yang tak sejalan dengan pelayanan yang diberikan. keluhan bagi pelanggan dikarenakan pengambilan barang dinilai terlalu banyak dan keterlambatan pengiriman barang, sedangkan merek dari PT. Logam Sejati sendiri kurang dikenal masyarakat. Untuk tidak memberatkan pelanggan dalam berbelanja kembali, PT. Logam Sejati harus memberikan harga ekstra dan menyesuaikan harga dengan memberi diskon kepada Pelanggan, mengevaluasi pengambilan dari produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan karena banyak pelanggan dari PT. Logam Sejati adalah agen dan toko ritail, melakukan follow up dan melakukan promosi melalui media cetak atau media sosial supaya merek mudah dikenal dan mendapat kesan baik. Hal tersebut harus dilakukan guna mempertahankan kepuasan pelanggan dan dapat berdampak baik bagi PT. Logam Sejati.

Melihat gambaran umum di atas, maka untuk itu penulis mengajukan sebuah penelitian guna meneliti masalah tersebut. Adapun judul yang penulis ambil adalah **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Logam Sejati”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, ada beberapa permasalahan yang akan diteliti, yaitu :

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Logam Sejati?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Logam Sejati?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Logam Sejati?
4. Apakah persepsi harga, kualitas layanan dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Logam Sejati?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi harga terhadap pengaruh kepuasan pelanggan pada PT. Logam Sejati.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan terhadap pengaruh kepuasan pelanggan pada PT. Logam Sejati.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis citra merek terhadap pengaruh kepuasan pelanggan pada PT. Logam Sejati.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi harga, kualitas layanan dan citra merek secara simultan terhadap pengaruh kepuasan pelanggan pada PT. Logam Sejati.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi PT. Logam Sejati
Sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam pengadaan kepada pihak PT. Logam Sejati dalam upaya memberikan harga yang bersaing, menambah citra merek yang baik dan memberikan kualitas layanan yang cepat dan tanggap.
2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Mewakili lembaga untuk memberikan solusi bagi dunia bisnis dalam memecahkan berbagai permasalahan.
3. Bagi Peneliti
Menambah kemampuan dan wawasan dalam menganalisis berbagai masalah dan memberikan solusi dalam dunia bisnis.

Halaman ini sengaja di kosongkan..