

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Banyaknya usaha yang ada semakin membuat banyak perusahaan tertarik dalam bersaing. Salah satu bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis jasa untuk dapat memenangkan persaingan dalam bisnis yang bergerak dalam bidang jasa, pelaku bisnis harus merencanakan strategi-strategi pemasaran untuk memuaskan keinginan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang harus diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya. Setiap pelaku usaha harus peka terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama perusahaan untuk memberikan kepuasan pelanggan, terlebih dahulu harus mempelajari keinginan dan kebutuhan pelanggan saat ini dan masa yang akan datang (Rafsanjani, 2017).

Permasalahan pelanggan yang terjadi di perusahaan biasanya terdapat beberapa faktor yang tidak diperhatikan oleh perusahaan tersebut sehingga mengakibatkan pelanggan tidak puas terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti harga, promosi dan kualitas pelayanan. Dalam rangka memenuhi kepuasan pelanggan perusahaan memberikan harga yang terjangkau, promosi yang menarik dan kualitas layanan yang baik untuk dapat mempertahankan pelanggan. Perusahaan dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, karena saat ini banyak persaingan bisnis yang berusaha memberikan kepuasan terhadap



pelanggan, sehingga pelanggan memiliki ragam pilihan dan alternatif bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan memilih sesuai yang pelanggan inginkan.

Menurut (Nelwan dkk, 2015) Kualitas pelayanan merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Tidak hanya dalam bisnis perbankan tetapi mencakup semua perusahaan. Perusahaan juga harus menyadari pentingnya mengutamakan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan nilai pelanggan. Nilai pelanggan adalah keseluruhan kunci kegunaan suatu produk atau jasa berdasarkan persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang dikorbankan. Semakin tinggi nilai yang dirasakan yang oleh pelanggan, semakin besar terjadinya hubungan jangka panjang (transaksi).

Kualitas juga berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan bagi pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan bagi yang menerima pelayanan sesuai dengan standar mutu yang telah ditentukan oleh lembaga atau perusahaan pengguna jasa dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur (Ichsan dkk 2021). Menurut (ardelia: 2013) Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diberikan tentunya akan memberikan dampak positif bagi perusahaan, karena secara otomatis pelanggan akan menjadi loyal terhadap produk perusahaan, sebaliknya jika pelanggan tidak puas dengan pelayanan maka kemungkinan besar pelanggan akan beralih ke merek lain.

kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak di bidang jasa dengan memberikan pelayanan prima kepada pelanggan bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan

akan menciptakan nilai positif bagi pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan (Cahyani:2015).

Keputusan mengenai harga merupakan salah satu penentu sukses tidaknya suatu perusahaan. Harga merupakan dasar pembentukan keuntungan sehingga semua perusahaan akan berusaha memaksimalkannya dengan mengembangkan pasar. Permintaan pasar sangat dipengaruhi oleh harga. Harga memberikan posisi kompetitif di pasar (Juniantara dkk 2018).

Persepsi pelanggan terhadap suatu harga dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu produk sehingga suatu perusahaan harus dapat memberikan persepsi yang baik terhadap produk atau jasa yang dijualnya. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah promosi, karena promosi sangat erat kaitannya dengan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan, maka promosi juga dapat berdampak pada kepuasan pelanggan dengan menjadikannya sebagai strategi komunikasi pemasaran guna mempengaruhi calon pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa perusahaan (Insani dkk 2020)

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapan. Dalam konsep kepuasan pelanggan terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja. Menurut (Kotler & Keller, 2016:153). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkan. Kepuasan pelanggan diyakini sebagai salah satu faktor yang secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Salah satu bidang bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan adalah bisnis yang bergerak di bidang

jasa yang saat ini terus berkembang seiring dengan meningkatnya kompleksitas masalah ketenaga kerjaan di Indonesia.

Semakin banyak perusahaan yang berdiri di Indonesia maka jasa semakin diminati oleh pelanggan, demi membantu perusahaan untuk mencapai suatu tujuannya. Salah satu bidang bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis di bidang pelayanan jasa. PT Gedung YKP-BE merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang pengelolaan gedung. Bidang usaha yang digeluti adalah jasa properti manajemen, Jasa konstruksi dan jasa residensial, pengelolaan air limbah gedung, penyewaan ruang kantor dan sumber daya manusia, PT. Gedung YKP-BE menyediakan fasilitas pelayanan (Teknisi, petugas kebersihan, keamanan, parkir dll). PT. Gedung YKP-BE bisa dikatakan sebagai B2B atau *Business to Business* karena suatu kegiatan transaksi bisnis yang melibatkan dua perusahaan atau lebih. Transaksi B2B biasanya terjadi karena suatu perusahaan membutuhkan barang atau jasa dari perusahaan lain untuk mendukung kegiatan operasional bisnis, beberapa pengguna jasa di PT.Gedung YKP-BE diantaranya :

No	list tenan	bidang usaha	tahun
1	Bank Mandiri KCU Pemuda	Bergerak dibidang layanan perbankan konvensional	2014
2	PT.Bank Mandiri (persero) Tbk-Area Surabaya	Bergerak dibidang layanan perbankan konvensional	2014
3	PT.Bank Mandiri (persero) Tbk-RCC (<i>Regional Ccard Center</i>)	Bergerak dibidang layanan kartu kredit perbankan konvensional	2014
4	PT.AXA Mandiri <i>Financial Service</i>	Bergerak dibidang asuransi jiwa dan asuransi kesehatan konvensional dan syariah	2016
5	PT. <i>Loan Factory</i> Mandiri	Bergerak dibidang pinjaman perbankan konvensional	2014
6	PT.Regional Rich Mandiri	Bergerak dibidang pinjaman perbankan	2014
7	PT.CBC Mandiri	Bergerak dibidang pinjaman perbankan	2015
8	PT.In Healt Mandiri	Bergerak dibidang asuransi jiwa dan asuransi kesehatan konvensional dan syariah	2014
9	PT.KPR Mandiri	Bergerak dibidang kartu kredit rumah	2016
10	PT.Trisna Karya	Bergerak dibidang kontraktor pembangunan gedung	2015

11	PT.On Klinik Indonesia	Bergerak dibidang kesehatan pria	2016
12	PT.Petrogas Jatim Sumekar	Bergerak dibidang minyak dan gas	2018
13	PT.Petrogas Jatim Cendana	Bergerak dibidang minyak dan gas	2018
14	PT.Korina Group	Bergerak dibidang kontraktor pembangunan gedung	2015
15	PT.Midtou Aryacom Futures	Bergerak dibidang investasi saham	2016
16	PT.Asuransi Tokio Marine Indonesia	Bergerak dibidang asuransi jiwa dan asuransi kesehatan	2015
17	Magna Dana	Bergerak dibidang investasi saham	2016
18	PT.Petrogas Jatim Utama (perseroda)	Bergerak dibidang minyak dan gas	2018
19	PT.Holcim	Bergerak dibidang industri atau pengoperasian pabrik semen	2015
20	PT.Bahari Eka Nusantara(BENLINE)	Bergerak dibidang pelayaran	2017
21	PT.Great Estern General Insurance Indonesia	Bergerak dibidang asuransi jiwa dan kesehatan	2017
22	PT.Petrogas Wirajatim	Bergerak dibidang minyak dan gas	2018
23	PT.Tazkiya Global Mandiri	Bergerak dibidang travel haji dan umrah	2021
24	PT.ADN CONSULT	Bergerak dibidang jasa konsultasi	2017
25	PT.Kyodo News Digital Indonesia	Bergerak dibidang konsultasi IT	2021
26	PT.ANTAM	Bergerak dibidang pengembangan nikel dan emas	2017
27	PT.Rumah 123	Bergerak dibidang jasa situs teknologi jual beli properti	2017
28	PT.Mulia Shasmita Bhakti	Bergerak dibidang jasa penyewaan kendaraan kantor	2017
29	PT.General Insurance	Bergerak dibidang asuransi	2018
30	PT.Graha Gemilang	Bergerak dibidang pengembangan properti	2018
31	PT.Hanwa Insurance	Bergerak dibidang asuransi	2017
32	PT.Midtou Aryacom Futures	Bergerak dibidang investasi saham	2017
33	PT.Asurance QBE	Bergerak dibidang ASURANSI	2016
34	PT.Six In The Box	Bergerak dibidang manufaktur dengan produk carton	2016
35	Livin Mandiri	Bergerak dibidang f&B	2021
36	PUJASERA 1	Bergerak dibidang umkm	2014
37	PUJASERA 2	Bergerak dibidang umkm	2015
38	PUJASERA 3	Bergerak dibidang umkm	2015
39	PUJASERA 4	Bergerak dibidang umkm	2015
40	PUJASERA 5	Bergerak dibidang umkm	2023
41	PUJASERA 6	Bergerak dibidang umkm	2023

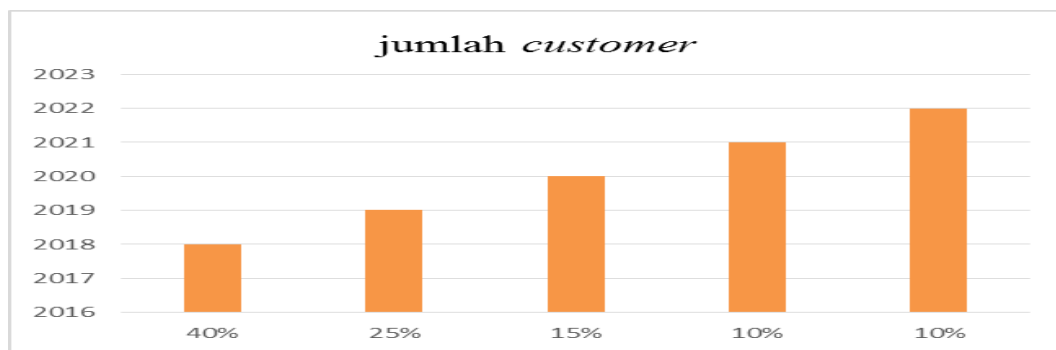
Para pelaku usaha yang bergerak di bidang jasa saat ini mengalami kendala penjualan antara lain pasar yang lesu, kesulitan mendapatkan proyek baru, kesulitan mendapatkan kontrak dari pengambil keputusan proyek, kesulitan menemukan proyek yang disepakati dengan sektor jasa yang dicari. bahkan penulis telah melakukan wawancara ke beberapa pelanggan di gedung PT.YKP-BE.

Keunggulan di PT.Gedung YKP-BE adalah kualitas pelayanan PT.Gedung YKP-BE mampu memberikan perasaan nyaman dan puas kepada pelanggan. Seperti bangunan gedung yang kokoh, tempatnya bersih dan keamanannya terjaga, Kualitas pelayanan bisa dianggap rendah apabila yang diterima atau dirasakan konsumen tidak sesuai yang diharapkan. Apabila konsumen memiliki rasa senang dan akan berdampak positif terhadap citra usaha PT.Gedung YKP-BE di mata masyarakat luas.

Harga yang di tawarkan PT.Gedung YKP-BE kepada pelanggan juga terbilang terjangkau dan bersaing dengan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan dengan harga per meter dan banyak memberikan potongan harga. Keputusan dalam penentuan harga PT.Gedung YKP-BE juga memiliki dampak terhadap apa yang ditawarkan, serta dalam pelaksanaannya semua dipengaruhi oleh sistem penentuan harga.

Promosi di PT.Gedung YKP-BE ini juga sangat menarik karna banyak tawaran yang disampaikan seperti selain fasilitas yang di dapat pelanggan juga mendapatkan 1 *member card parking* yang khusus untuk digunakan kendaraan milik lembaga atau perusahaan nya saja yang sudah disediakan oleh PT.Gedung YKP- BE kepada pelanggan. PT. Gedung YKP-BE ini kurang mempromosikan melalui *networking* atau digital tetapi banyak dengan cara telpon dan kunjungan langsung ke pelanggan.

Jumlah *customer* PT Gedung YKP-BE mengalami penurunan (PT Gedung YKP-BE)



Gambar 1 Jumlah Customer

Sumber : PT.YKP-BE 2022

Dari data di atas menunjukkan bahwa jumlah *customer* di Perusahaan PT Gedung YKP-BE mengalami penurunan, memang beberapa bisnis di dunia mengalami penurunan karena ada pandemi, penulis ingin mengetahui apakah adanya penurunan di PT. Gedung YKP-BE disebabkan oleh kualitas pelayanan, harga, dan promosi. Latar belakang dan permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. GEDUNG YKP-BE”**

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka penulis ingin mengetahui

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di PT Gedung YKP-BE ?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pada PT Gedung YKP-BE ?
3. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pada PT Gedung YKP-BE ?

4. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan secara simultan antara kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pada PT Gedung YKP-BE ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pada PT Gedung YKP-BE
2. Menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan jasa pada PT Gedung YKP-BE
3. Menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan Pelanggan jasa pada PT Gedung YKP-BE
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan strategi promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa pada PT Gedung YKP-BE.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini berharap agar dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, manfaat tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan memberikan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, khususnya di bidang marketing dan memberikan tambahan informasi kepada peneliti di bidang manajemen pemasaran serta sebagai pijakan untuk penelitian selanjutnya terutama penelitian tentang kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*). Serta memberikan bahan masukan atau

tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa mengenai kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Universitas

Diharapkan Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam menambah kajian ilmiah mengenai ilmu manajemen pemasaran dari teori – teori yang di pelajari di lingkungan Universitas Muhammadiyah Surabaya.

2) Bagi perusahaan

Diharapkan sebagai bahan masukan atau tambahan informasi bagi pihak PT Gedung YKP-BE mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya seperti, kualitas pelayanan, harga, dan promosi guna mampu memenuhi kriteria kepuasan pelanggan, sehingga dapat menentukan langkah langkah selanjutnya yang akan diambil dalam mengukur langkah-langkah yang akan dilakukan di masa yang akan datang.

E. Sistematika penulisan

Memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang berisikan tentang : latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini merupakan Landasan teori yang berisikan tentang : Landasan teori, kualitas pelayanan, harga, strategi promosi terhadap kepuasan pelanggan, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini merupakan metodologi penelitian yang berisikan tentang : tempat dan waktu penelitian, kerangka konsep, definisi operasional variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN HASIL

Pada bab ini merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang berisikan tentang : gambaran umum perusahaan, deskripsi data hasil penelitian, hasil uji hipotesis, analisis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan penutup yang berisikan tentang : kesimpulan dan saran.

