

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, setiap perusahaan menggunakan berbagai media pemasaran dalam mempromosikan produknya. Media pemasaran dikelompokkan menjadi dua. Yaitu kelompok pertama adalah *above the line* (ATL) yang masuk ke dalam kelompok ini adalah media seperti televisi, majalah, radio maupun koran. Kelompok kedua ialah *below the line* (BTL). Media dalam kelompok ini di antaranya billboard, *out of home*, neon sign, brosur, poster, *flyer* dll.

Ada berbagai macam variasi sarana tempat periklanan untuk media luar ruang, yaitu seperti papan reklame atau biasa dikenal dengan baliho/billboard merupakan media unggulan dan paling efektif untuk kategori media luar ruang. Iklan di media luar ruang, billboard/baliho disiapkan untuk memperkenalkan sebuah merek atau pesan singkat sebagai faktor utama produk yang akan diiklankan dengan billboard/baliho.

Umumnya Billboard terdapat di berbagai kota-kota yang besar karena memiliki tingkat populasi masyarakat yang cukup tinggi yang akan menjadi target dari media periklanan Billboard tersebut. Dalam penempatan lokasi Billboard, penempatan harus di lokasi yang strategis seperti di persimpangan jalan utama, di jalan lintas, di jalan tol, di jalan menuju bandara dan di berbagai pusat keramaian akan menambah keunggulan dari jenis media *advertising* outdoor ini dan akan memudahkan billboard agar dilihat oleh masyarakat luas.

Jenis perusahaan seperti menengah keatas merupakan perusahaan yang banyak menggunakan Billboard sebagai media promosi maupun penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Baik itu seperti informasi event, informasi pelayanan publik dan informasi marketing lainnya. Walaupun tak disangkal banyak juga perusahaan yang melakukan kombinasi promosi menggunakan berbagai media promosi baik online maupun offline hingga saat sekarang ini.

Seperti Perusahaan Advertising yang ada di Bekasi yang menyediakan jasa Billboard/Baliho yaitu PT. HARTIKA ALSA GEMA SANGKALA (HARTIKA AD) merupakan perusahaan Jasa *Advertising* yang awal berdirinya untuk

menindaklanjuti berbagai program dari LSM MADUKASI (Masyarakat Peduli Kota Bekasi) yang antara lain adalah Program “Bekasi Bebenah” yaitu sebuah program untuk membenahi kota Bekasi, khususnya Media Luar Ruangnya yang terlihat kurang atau belum tertata dengan baik.

Daya tanggap merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan. Jaminan merupakan pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kerja yang baik, sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Empati adalah memberikan jaminan yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan pelanggan. Tingkat kepedulian dan perhatian perusahaan pada pelanggannya secara individual akan sangat didambakan oleh pelanggan. Kepedulian terhadap masalah yang dihadapi pelanggan, mendengarkan serta berkomunikasi secara individual, semuanya itu akan menunjukkan sejauh mana tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau karyawan perusahaan.

Berbeda dengan perusahaan *advertising* lainnya, PT. Hartika Alsa Gema Sangkala (Hartika Ad) selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada klien saat menawarkan produknya sampai melakukan proses negoisasi serta melakukan kerjasama dan memenuhi keinginan konsumen terhadap produk yang akan diiklankan oleh klien tersebut. Dari segi harga Hartika Ad selalu memberikan potongan harga serta promo-promo tertentu untuk pelanggan atau konsumen dengan tujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan.

Dalam hal ini kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka yang panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan dalam memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Jadi, perusahaan akan terus meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan dapat memaksimalkan dari pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan dapat meminimumkan dari pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan sehingga pelanggan merasa

puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan akan selalu memakai jasa perusahaan terus menerus.

Pelaksanaan *service quality* yang menyeluruh oleh perusahaan terhadap pelanggan akan mengakibatkan pelanggan tersebut merasa puas dan kembali lagi untuk melakukan pembelian ulang (*rebuying*). Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya. Dengan kata lain perusahaan yang dapat memuaskan pelanggan akan memiliki pelanggan yang loyal. Pelanggan menilai kualitas pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima (*perceived service*) dengan pelayanan yang mereka harapkan (*expected service*). Baik tidaknya suatu kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

PT. Hartika Alsa Gema Sangkala sebagai objek penelitian ini bergerak dibidang jasa *advertising* (media luar ruang). PT. Hartika Alsa Gema Sangkala konsumen atau pelanggan adalah satu-satunya yang dapat menilai baik atau tidaknya kualitas pelayanan merupakan salah satu jasa *advertising* dari perusahaan yang lainnya. Apabila terjadinya penurunan dari PT. Hartika Alsa Gema Sangkala karena banyaknya persaingan yang ketat dari perusahaan lain yang ada dibekasi yang menawarkan berbagai keunggulan dari Hartika Ad yang pastinya dapat menarik minat konsumen untuk memakai perusahaan jasa *advertising* yang lain, minat yang dilihat konsumen untuk memakai jasa *advertising* di perusahaan lain bisa dari segi kualitas pelayanan, harga, kenyamanan, dan fasilitas yang ditawarkan PT. Hartika Alsa Gema Sangkala perlu adanya perbaikan untuk tetap bertahan dan tetap bersaing dengan perusahaan *advertising* yang lain, dengan menjaga kepuasan pelanggan atau konsumen dan kualitas layanan di PT. Hartika Alsa Gema sangkala.

PT. Hartika Alsa Gema Sangkala atau Hartika Ad. Berdasarkan Surat Keputusan Walikota Bekasi nomor 640/Kep.40-KSI/II/2007, tertanggal 2 Februari 2007 tentang Pengusahaan Pembangunan 4 (empat) Buah Gapura Batas Kota Bekasi, maka dimulailah Program Swakelola dengan kompensasi berupa Bidang

Iklan pada bangunan-bangunan ini, yang berlokasi di Cibubur, Pondok Ungu, Cikeas dan Kalimalang.

Dengan dukungan Tenaga Profesional di lapangan maupun di workshop maka HARTIKA AD siap untuk BERSINERGI dengan Pemerintah Kota / Daerah di seluruh Indonesia dalam Pembangunan Kota yang berkesinambungan dalam Penciptaan Manfaat, dan Kenyamanan serta Keindahan bagi Masyarakat sekaligus memberikan Ruang bagi para Klien untuk mempromosikan Produk atau Jasa yang dihasilkan/dimiliki.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. HARTIKA ALSA GEMA SANGKALA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalahnya adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hartika Ad?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Hartika Ad?
3. Apakah terdapat kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Hartika Ad?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hartika Ad.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Hartika Ad.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga kepuasan pelanggan di Hartika Ad.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Secara garis besar penelitian ini bermanfaat bagi:

1. Bagi Universitas

Dapat dijadikan bahan pertimbangan dan referensi bagi penelitian selanjutnya, serta dijadikan bahan materi kuliah apabila diperlukan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang hubungan antara kualitas pelayanan dan harga dengan kepuasan konsumen, sehingga dapat diimplementasikan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini dapat dipakai sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi penulis, serta menyelaraskan ilmu yang telah diperoleh selama proses perkuliahan.

1.5 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang harus di selesaikan di atas maka perlu adanya pembatasan masalah serta ruang lingkupnya agar dalam melakukan penelitian hanya berfokus pada kualitas pelayanan dan harga dengan kepuasan pelanggan pada PT. Hartikaalsa Gema Sangkala.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya kedalam lima bab. Dimana dalam setiap babnya hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang : Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat masalah dan batasan masalah serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang : Pada bab ini menggunakan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang : Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang : Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang profil organisasi/perusahaan, hasil analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang : Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang kesimpulan dan implikasi manajerial.