

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, memberikan dampak yang positif pada berbagai perusahaan yang bergerak di bidang industri, penjualan maupun jasa. Perusahaan harus mampu mengelola perusahaannya dengan baik, supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain. Perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan sehingga menumbuhkan loyalitas pada konsumen. Perusahaan juga dituntut untuk menggunakan teknologi-teknologi yang canggih dengan sistem otomatis untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Kebutuhan pokok dan dasar bagi seluruh makhluk hidup yang ada di dunia ini adalah air. Air adalah salah satu kebutuhan yang sangat vital dan mutlak diperlukan oleh semua makhluk hidup terutama manusia. Dalam kehidupannya sehari-hari, manusia tidak mungkin terlepas dari kebutuhannya akan air. Karena itulah penyediaan air bersih sangat diperlukan untuk keperluan konsumsi. Perusahaan Daerah Air Minum yang merupakan kepanjangan dari PDAM adalah salah satu unit usaha milik daerah, yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum. PDAM terdapat di setiap provinsi, kabupaten, dan kotamadya di seluruh Indonesia.

Untuk mendapatkan air bersih diperlukan perencanaan, desain, cara pengumpulan, pemurnian, transmisi dan distribusi yang baik. Demikian halnya yang dilakukan oleh PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Bhagasasi Bekasi. Dalam rangka untuk memenuhi air bersih tersebut, PDAM Tirta Bhagasasi Bekasi terus melakukan perbaikan pelayanan dengan meningkatkan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas.

Pelanggan yang merasa puas adalah pelanggan yang menerima nilai tambah yang lebih dari perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggan tersebut untuk tetap berjalannya bisnis atau usaha. Kepuasan konsumen tidak hanya berarti memberikan tambahan produk, jasa, pelayanan ataupun kelebihan lainnya yang berikan. Pelanggan yang puas akan dengan senang hati menyampaikan kabar positif tentang perusahaan tanpa diminta, namun konsumen kecewa akan menjadi pembawa berita negative. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perilaku konsumen melibatkan interaksi. selama konsumen berpikir, merasakan dan bertindak di lingkungan (Lathifah & Silvanita, 2023) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya.

Dalam industri jasa, banyak dijumpai perilaku yang bermacam-macam dari konsumen terkait dengan pelayanan yang diberikan, maka dari itu perusahaan jasa diharapkan selalu untuk memahami dan memenuhi permintaan konsumen sehingga

memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Pelayanan sebagai faktor penting dalam memberikan kesan mendalam terhadap pelanggan Pelayanan yang baik bisa membuat pelanggan merasakan bahwa keberadaannya memang dibutuhkan dan diperhatikan. Level penerimaan dari pelayanan ialah berdasar terhadap interaksi konsumen serta penyedia pelayanan, impresi konsumen serta penilaian dari kualitas layanan kemungkinan bergantung terhadap kinerja dari para penyedia jasa pada saat melayani konsumen. (Rohaeni, 2018) kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan.

Kepuasan pelanggan memiliki hubungan erat dengan kualitas pelayanan. Pelayanan sebagai faktor penting dalam memberikan kesan mendalam terhadap pelanggan Pelayanan yang baik bisa membuat pelanggan merasakan bahwa keberadaannya memang dibutuhkan dan diperhatikan. Level penerimaan dari pelayanan ialah berdasar terhadap interaksi konsumen serta penyedia pelayanan, impresikonsumen serta penilaian dari kualitas layanan kemungkinan bergantung terhadap kinerja dari para penyedia jasa pada saat melayani konsumen. (Cesariana et al., 2022) kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen.

Kualitas produk adalah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan

pelanggan terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kualitas produk merupakan suatu faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Jika kualitas produk yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipresepsikan akan memuaskan pelanggan.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat Penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara Perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. (Rotua, 2023) Promosi merupakan suatu komunikasi yang disampaikan penjual tentang jasa atau produk ke calon pelanggan. Terlepas dari aktivitas dan kepada siapa itu diarahkan Promosi memiliki satu tujuan yaitu untuk mendorong pembelian produk.

Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi berkomitmen untuk terus melakukan perbaikan pelayanan dengan meningkatkan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas. Namun tidak jarang terdapat keluhan dari masyarakat atas kualitas layanan yang diberikan. Keluhan dapat muncul jika ada gangguan dalam pasokan air, tekanan air yang rendah, atau kualitas air yang tidak memenuhi harapan. Selain fenomena tadi, masyarakat juga mengeluhkan terkait dengan kebijakan penagihan, ketidakjelasan dalam biaya layanan, atau kesalahan dalam tagihan yang kadang bisa terjadi. keluhan dari masyarakat adalah hal yang biasa dalam setiap organisasi pelayanan publik. Hal ini bisa menjadi umpan balik penting yang membantu perumda untuk

terus meningkatkan layanan mereka guna memastikan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan yang lebih baik di masa depan..

Penelitian tentang variable kualitas produk terhadap promosi sebelumnya sudah pernah dilakukan sehingga ditemukan *research gap*. Penelitian yang dilakukan oleh (Ningsih et al., 2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Produk terhadap Promosi. Namun berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Panjaitan & Panjaitan, 2021) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Promosi

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap promosi?
- 2) Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap promosi?
- 3) Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan?
- 4) Apakah terdapat pengaruh pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
- 5) Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap promosi.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap promosi.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan.

- 4) Untuk mengetahui pengaruh pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan membawa manfaat bagi peneliti maupun pembaca, Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Bagi Perusahaan, sebagai masukan informasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan serta dapat dijadikan pedoman untuk melakukan perbaikan agar produk yang dihasilkan dapat tumbuh lebih besar.
- 2) Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menambah wawasan dan memperluas ilmu pengetahuan serta dapat menganalisis variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Bhagasasi Bekasi.
- 3) Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Bhagasasi Bekasi.

1.5 Batasan Masalah

Untuk memperkecil lingkup masalah yang akan dibahas, penelitian ini akan dilakukan di PDAM Tirta Bhagasasi Bekasi. Penelitian ini dibatasi pada masalah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Bhagasasi Bekasi.