

BAB I

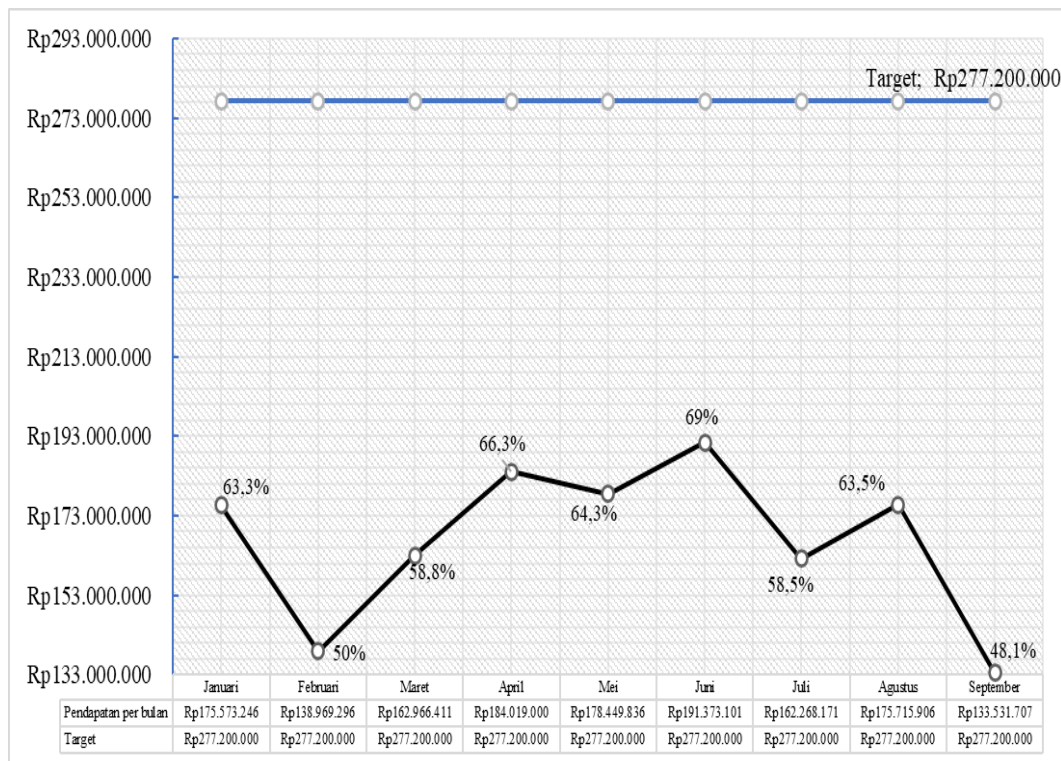
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Suatu perusahaan distributor didirikan untuk membantu kegiatan ekonomi dalam menyalurkan produk dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Distributor memiliki peranan penting sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Perusahaan distributor menjual produk perdagangan ke pengecer (*retailer*) atau langsung ke konsumen akhir. Dalam melakukan aktivitasnya, perusahaan distributor tidak hanya menjual produk ke pengecer atau konsumen akhir, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan dan membangun citra perusahaan yang baik untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Peranan penting distributor terjadi dalam industri minuman dalam kemasan. Salah satu perusahaan dari industri minuman dalam kemasan adalah PT. Tirta Investama sebagai produsen air minum dalam kemasan (AMDK) merek AQUA dan memiliki banyak distributor di Indonesia dengan kepemilikan yang berbeda-beda. Distributor AQUA yang besar di Bali didirikan di kota Denpasar yang terletak di Jalan Dukuh sebagai cabang pusat dengan nama PT. Indah Permai. Pendistribusian lainnya dikelola oleh depo yang tersebar di beberapa wilayah, salah satunya PT. Indah Permai Depo Singaraja yang terletak di Jalan Surapati Nomor 86, Kelurahan Kampung Baru, Singaraja, Bali. PT. Indah Permai Depo Singaraja sebagai distributor resmi AMDK merek AQUA yang menjual AQUA mulai dari kemasan produk gelas 240 ml, botol plastik 330 ml, 600 ml dan

1500 ml, botol kaca 380 ml, serta galon 19 liter. Pelanggan AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja beragam mulai dari pengecer yang membeli produk untuk dijual kembali dan konsumen akhir untuk keperluan pribadi. Adapun laporan pendapatan AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja sebagai berikut.



Gambar 1.1

Laporan Pendapatan di PT. Indah Permai Depo Singaraja Selama Periode Bulan Januari Sampai September Tahun 2021
(Sumber: PT. Indah Permai Depo Singaraja, Data Diolah)

Data diatas menunjukkan bahwa pendapatan di PT. Indah Permai Depo Singaraja pada periode bulan Januari sampai September tahun 2021, mengalami fluktuasi atau perubahan naik turunnya tingkat pendapatan. Pada bulan Januari target pendapatan mencapai 63,3%, bulan Februari menurun menjadi 50%, kemudian terjadi peningkatan kembali pada bulan Maret menjadi 58,8%, lalu pada bulan April mengalami peningkatan menjadi 66,3%, selanjutnya bulan Mei mengalami penurunan menjadi 64,3%, pada bulan Juni terjadi peningkatan menjadi 69%, namun harus turun kembali pada bulan Juli menjadi 58,5%, dan

bulan Agustus terhitung mencapai target 63,5%, namun pada bulan September menurun menjadi 48,1%. Terjadinya fluktuasi tingkat pendapatan ini terjadi karena penjualan AQUA yang tidak stabil, dimana ketidakstabilan penjualan AQUA terjadi karena penurunan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal, ditemukan adanya keluhan dari beberapa pelanggan mengenai kualitas pelayanan seperti keterlambatan dalam pengiriman produk, ketidaksesuaian jumlah produk, kurang tanggap karyawan merespon pemesanan, serta anggapan kurang baik terkait citra perusahaan. Adanya permasalahan tersebut menarik perhatian peneliti untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang dimiliki PT. Indah Permai Depo Singaraja dalam menciptakan kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan kepuasan pelanggan menjadi bagian penting bagi perusahaan agar dapat menstabilkan dan meningkatkan pendapatan perusahaan.

Perasaan puas atau tidak puas akan timbul setelah pelanggan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Terciptanya kepuasan pelanggan yang baik dapat berpengaruh baik pula terhadap pendapatan dan jumlah pelanggan. Zaka dan Sutopo (2017), menyatakan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh persepsi harga, kualitas layanan, dan promosi. Maramis dkk. (2018), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Zeithalm dan Bitner (dalam Mimi dan Natsir, 2018), menyatakan bahwa kepuasan merupakan konsep yang jauh lebih luas dari penilaian terhadap kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan atau jasa, kualitas produk, harga, faktor situasi, dan faktor pribadi dari konsumen. Hendrison dan Husda (2020), menyatakan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh

kualitas pelayanan, lokasi, dan citra perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu harga, kualitas pelayanan, promosi, lokasi, citra perusahaan, kualitas produk, dan variabel lainnya.

Dalam penelitian ini hanya memfokuskan menggunakan variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang memengaruhi kepuasan pelanggan, karena pada penelitian Maramis dkk. (2018), variabel kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, variabel citra perusahaan berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian Hendrison dan Husda (2020). Variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan juga sesuai dengan permasalahan di PT. Indah Permai Depo Singaraja. Hal ini sesuai dengan teori dari Tjiptono (2005) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan timbul setelah pelanggan merasakan puas atau tidak puas terhadap kualitas pelayanan dan citra perusahaan.

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan merupakan tolak ukur kepuasan pelanggan. Persepsi pelanggan terkait baik atau tidaknya pelayanan perusahaan tergantung kesesuaian yang diperolehnya. Dilihat dari penelitian sebelumnya, hasil penelitian Rajagukguk dan Kasmiruddin (2015), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Ndruru dan Martua (2018), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahmud *et al.* (2013), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan Maimunah (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif serta tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Arifitama (2016), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Selain dari segi kualitas pelayanan, citra perusahaan juga dapat menentukan kepuasan pelanggan. Adanya citra perusahaan yang baik akan menciptakan dorongan kepuasan pelanggan untuk tetap menaruh kepercayaannya mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan dalam perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Setiawan dan Sayuti (2017) menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian oleh Kurnia (2018), menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan Wijanarko dan Krisnawati (2020), menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pontoh dkk. (2014), menyatakan bahwa citra perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan Rizalfalal dkk. (2017) menyatakan bahwa citra perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian fenomena, teori, dan hasil penelitian terdahulu, penting dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA (Studi pada PT. Indah Permai Depo Singaraja)”.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada PT. Indah Permai Depo Singaraja adalah sebagai berikut.

- (1) Terjadi fluktuasi pendapatan karena penjualan AQUA yang tidak stabil di PT. Indah Permai Depo Singaraja pada periode bulan Januari sampai September 2021.
- (2) Terjadi penurunan kepuasan pelanggan yang ditandai dengan adanya keluhan terhadap kualitas pelayanan dan citra perusahaan.
- (3) Terjadi ketidakkonsistenan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya berkaitan dengan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, maka penelitian ini difokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja ?

- (2) Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja ?
- (3) Apakah kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji mengenai beberapa hal sebagai berikut.

- (1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja.
- (2) Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja.
- (3) Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan air minum dalam kemasan merek AQUA di PT. Indah Permai Depo Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat yang dapat disalurkan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut.

- (1) Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang ilmu ekonomi, memperdalam pengetahuan mengenai manajemen pada bidang manajemen pemasaran, dan memberikan kontribusi untuk penerapan

manajemen pemasaran yang terkait dengan kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan.

(2) Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang dapat membantu PT. Indah Permai Depo Singaraja sebagai bentuk masukan maupun pertimbangan dalam memajukan industri dan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat strategi pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan, citra perusahaan, serta kepuasan pelanggan.

