

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi saat ini kebutuhan akan komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat tanpa terkecuali. Kebutuhan yang semakin menuntut tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai macam alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam bisnis di bidang telekomunikasi. Hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya produsen yang memproduksi berbagai macam produk alat telekomunikasi seperti Handphone Samsung yang belakangan ini banyak menawarkan berbagai macam produk baru dan memiliki berbagai macam fitur dengan inovasi yang berbeda dari produk sebelumnya. Hal ini juga yang dapat memberikan kemudahan bagi para pengguna dalam berkomunikasi.

Pesatnya pengguna Handphone Samsung ini didukung oleh *Lifestyle* di daerah perkotaan. Banyaknya kebutuhan ponsel tentunya menjadi persaingan antar toko ponsel dalam menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di tempatnya. Sementara itu, dilansir oleh *techno.okezone.com* online business menunjukkan kemajuan yang sangat signifikan dalam kurun waktu lima tahun terakhir.

Merek handphone Samsung adalah salah satu merek handphone yang mempunyai peringkat yang baik di dalam teknologi terutama penjualan handphone. Karena perkembangan teknologinya cukup pesat sehingga adanya produk versi aslinya dimana handphone tersebut memiliki kesempatan untuk bisa

diluncurkan di pasaran dengan harga yang lebih murah daripada produk aslinya. Selain banyak kelebihan, Samsung juga memiliki tingkat penjualan yang sangat baik sehingga konsumen akan tetap loyal dan puas pada merek Samsung dan semakin banyak konsumen yang beralih ke handphone Samsung.

Semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan aspek utama dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Bertahan atau tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen atau pelanggan akan menjadikan senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan dan bisa juga sebaliknya. Dimana hal itu bisa menjadi boomerang yang dapat menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks.

Peningkatan pengguna Handphone Samsung telah menciptakan peluang bisnis yang menjanjikan dan sangat diminati. Hal ini bisa dibuktikan dengan tumbuh dan berkembangnya pusat-pusat penjualan handphone di The Plaza Millennium Medan. Dalam kajian Persaingan merebut pangsa pasar dengan menawarkan keunggulan produk, pelayanan dan bahkan garansi sebagai daya tarik dan kepuasan bagi konsumen.

Tabel 1.1 *Ranking Of Smartphone Samsung Production and Market Share*  
By Toko Rumah Hp periode 2017 – 2022.

<b>Company/ Perusahaan</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Samsung	83%	86%	75%	48%	33%	35%

Sumber : “Penjualan *Smartphone Samsung* Toko Rumah HP Tahun 2017-2022”

Berdasarkan tabel diatas, diketahui Smartphone di Toko Rumah HP khususnya merek samsung semakin menurun laju pertumbuhan penjualannya pada tahun 2017-2021. Akan tetapi pada tahun 2022 sedikit naik angka penjualannya sebesar 35 % dari tahun dibandingkan pada tahun 2021 hanya 33 %. Berdasarkan informasi yang disampaikan pemilik toko rumah HP faktor yang mempengaruhi penurunan laju penjualan antara lain kualitas produk, Ram sedikit, cepat penuh memori serta ukuran fitur –fitur yang tersedia sehingga membuat handphone tersebut cepat panas. Selain dari permasalahan tersebut penurunan penjualan disebabkan karena sikap dan perilaku pekerja toko yang tidak menunjukkan sifat *responsive* (tidak memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen) dengan penyampaian informasi yang tidak jelas serta pengarahannya yang tidak ada ketanggapan serta minimnya keharmonisan dalam layanan kepada pembeli.

Selain kualitas pelayanan yang menjadi alasan di dalam kepuasan konsumen yaitu promosi. Toko Rumah HP melakukan upaya untuk memperlancar dan meningkatkan usahanya melalui bentuk promosi. Adapun beberapa kegiatan yang biasa dilakukan dalam promosi yaitu di Toko Rumah HP :

1. Iklan yaitu melalui media cetak seperti brosur harga dan tipe Smartphone Samsung
2. *System Online Sales* atau *Promotion sales* yaitu media sosial (Facebook : Fiktor Jr dan Instagram : Fiktor Christian)
3. Diskon penjualan harga yaitu untuk menjaga relasi bisnis antara Toko Rumah HP dengan pembeli Smartphone Samsung
4. *Banner* yaitu memasang spanduk
5. Papan reklame yaitu Poster dan Neon Box

Aktifitas promosi mempunyai pengaruh penting dalam penjualan produk yang dicapai oleh suatu usaha. Promosi yang efektif harus dapat meningkatkan permintaan atas produk dan menghasilkan tingkat penjualan yang lebih tinggi. Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan konsumen (Alma, 2016:179).

Peran promosi dilakukan untuk berkomunikasi dan mempengaruhi calon konsumen agar dapat menerima produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Promosi pada hakikatnya merupakan seni untuk merayu pelanggan dan calon konsumen untuk membeli lebih banyak produk perusahaan. Melalui promosi, konsumen dapat mengetahui produk yang diperkenalkan serta penawaran atau keuntungan yang didapat konsumen itu sendiri apabila membeli produk tersebut. secara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan lalu memahaminya.

Konsumen akan merasa puas atau tidak puas tergantung dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan atau pembisnis. pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pembeli. Konsumen bisa menilai sesuatu tingkat kualitas pelayanan dari suatu toko tersebut apabila konsumen merasa lebih dari hasil penilaiannya atas tingkat kenikmatan atau kepuasan tersendiri. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan karena dapat meningkatkan pendapatan (*devisation*) melalui promosi. Hal ini berarti apabila suatu jasa atau kualitas produk sesuai yang dipromosikan tentunya konsumen akan merasa senang dan terpuaskan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Handphone Samsung Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Rumah HP di Plaza Millennium Medan.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian pada latar belakang sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka rumusan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Rumah HP di Plaza Millennium Medan ?
2. Bagaimana Pengaruh Promosi Handphone Samsung Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Rumah HP di Plaza Millennium Medan ?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Handphone Samsung Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Rumah HP di Plaza Millennium Medan ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penulisan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Rumah HP di Plaza Millennium Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi Handphone Samsung terhadap kepuasan konsumen pada Toko Rumah HP di Plaza Millennium Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen handphone Samsung pada Toko Rumah HP di Plaza Millennium Medan.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat memperkaya konsep dan teori yang mendukung perkembangan ilmu pengetahuan manajemen.
2. Sebagai bahan referensi yang dapat digunakan untuk penelitian dimasa yang akan datang.
3. Untuk menambah wawasan dan mampu menerapkan ilmu yang diterima selama perkuliahan mengenai pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.
4. Dapat menambah pengetahuan baik kalangan akademis (mahasiswa) maupun masyarakat umum terutama yang berkaitan tentang kepuasan konsumen.

