

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha sekarang ini tidaklah menentu, banyak persaingan yang dihadapi, sebagai contoh seperti pelanggan yang tidak loyal terhadap suatu perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan ialah dengan cara melakukan pemasaran relasional.

Pemasaran relasional (*relationship marketing*) merupakan suatu pemasaran relasional yang menekankan pada usaha menarik dan mempertahankan pelanggan melalui peningkatan hubungan perusahaan dengan pelanggannya (Lupiyoadi, 2006). Pemasaran relasional pada pasar bisnis perlu diterapkan, karena pasar bisnis merupakan perusahaan yang menjual barang dan jasanya untuk keperluan bisnis. Dalam prosesnya para pembeli profesional yang terlatih dengan baik dan terampil dalam menilai tawaran untuk melakukan persaingan harga.

Loyalitas pelanggan adalah suatu komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Tjiptono, 2005). Jadi, hubungan pemasaran relasional dan loyalitas pelanggan adalah untuk memberikan suatu pelayanan yang efektif agar supaya pelanggan dapat kembali membeli produk perusahaan tersebut. Selain itu, untuk berkerjasama dalam melayani pelanggan dengan mencakupi hubungan tingkat ekonomi, sosial, dan teknik untuk menghasilkan loyalitas pelanggan yang tinggi.

PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang adalah salah satu Perusahaan besar farmasi yang bergerak dalam bidang perdagangan obat-obatan dalam jumlah yang besar. Perusahaan ini memfokuskan penjualan produknya kepada pelanggan-pelanggannya melalui sales marketingnya.

Hal tersebut dilakukan dengan cara menawarkan langsung kepada apotek-apotek, rumah sakit, laboratorium, toko obat dan klinik. Dalam penelitian ini akan melihat pada bagian penjualan secara langsung, seperti penjualan produk-produk PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang kepada pelanggannya sangat banyak. Oleh karena itu, akan dibahas bagaimana hubungan yang terjalin antara PT. Rajawali Nusindo dengan para pelanggannya. Penelitian yang akan dilakukan mengenai “Analisis Pengaruh Pemasaran Relasional Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang Dengan Menggunakan Metode Regresi Linear Berganda”.

1.2 Rumusan Masalah .

Berdasarkan latar belakang yang dibahas sebelumnya timbul permasalahan yang ada di rumusan masalah ini antara lain:

1. apakah pemasaran relasional terdiri dari (empati, service, komitmen dan kepercayaan), berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang akan dijalankan oleh PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang ?
2. Variabel apa saja yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang akan dijalankan oleh PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penulisan ini, permasalahan yang menyangkut analisis pengaruh pemasaran relasional sebagai pengukur loyalitas pelanggan pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang, antara lain :

1. Metode yang dipakai adalah Metode Regresi Linear Berganda.
2. Lingkup Penelitian dilakukan pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang yang beralamat di Jalan. Rambutan No. 2-30 Ilir Palembang.
3. Sampel penelitian ini berjumlah 50 Pelanggan dari populasi 100 Pelanggan di PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang.
4. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Pemasaran Relasional terdiri dari Empati, Service, Komitmen, Kepercayaan.
5. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Loyalitas Pelanggan.
6. Jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan Kuantitatif.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan yang dicapai adalah:

Untuk menganalisis pengaruh pemasaran relasional terhadap loyalitas pelanggan di PT. Rajawali Nusindo Cabang Palembang.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat yang timbul, adalah:

Manfaat yang didapat dari penelitian ini yaitu untuk melihat pengaruh pemasaran relasional terhadap loyalitas pelanggan dan memberikan hasil ke perusahaan berupa membangun komunikasi hubungan yang baik dengan para pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada bagian sistematika penelitian ini akan memberikan sedikit penjelasan dari setiap bab yang akan ditulis dari penelitian yang akan diadakan yaitu dibagi menjadi 5 (lima) bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat, Metodologi Penelitian, serta Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini dibahas tentang Teori-Teori yang Relevan dan dapat menggunakan dan mengelola variable-variabel penelitian sebagai dasar untuk memberikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan dan kerangka penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang metodologi penelitian, pengumpulan data melalui kuesioner yang telah disebarakan yang kemudian akan dianalisis jawaban responden dan akan diolah pertanyaan kuesioner. Yang selanjutnya akan diolah menggunakan aplikasi SPSS.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV akan disampaikan teknis analisis data dan hasil dari penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yang bermanfaat dan dapat ditarik sebagai upaya menyempurnakan penelitian yang telah dibuat.