

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara berkembang dengan ketahanan perekonomian yang cukup kuat dibandingkan Negara lain. Terbukti dengan kian maraknya isu kritis ekonomi di berbagai Negara maju dan kurs rupiah yang kian turun, tidak menyurutkan daya beli masyarakat yang masih stabil dan tidak menunjukan penurunan yang berarti. Daya beli masyarakat yang terus meningkatkan ini tentunya akan diiringi dengan persaingan bisnis yang kian ketat dan kompetitif. Hal inilah yang mendorong para pelaku bisnis untuk bisa lebih proaktif dan berinovasi baik dalam memberikan produk maupun pelayanan yang prima untuk mendapatkan keunggulan bersaing dalam rangka memenangkan bangsa pasar.

Saat ini perusahaan harus mulai fokus pada penyampaian nilai (*value*) dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Loyalitas berarti konsumen kembali dan kembali lagi untuk melakukan transaksi bisnis (pembelian), walaupun mungkin produk yang dimiliki perusahaan bukan produk terbaik dipasaran atau memiliki harga rendah. Prilaku konsumen yang cukup “tidak rasional” ini dapat dijelaskan dengan suatu pandangan bahwa “hubungan baik” (*good relationship*) yang terjalin dengan konsumen merupakan kunci keberhasilan sebuah perusahaan dalam mempertahankan pelanggan (Imasari dan Nursalin, 2013).

Berdasarkan pentingnya *Customer Relationship* terhadap loyalitas pelanggan, maka memilih objek penelitian pada PT Mega Jaya Net Palembang, yakni salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan berbagai macam Cat Rumah. Perusahaan ini memfokuskan penjualan produknya kepada pelanggan-pelanggan yang membeli dalam partai besar, dengan kata lain pelanggan perusahaan ini adalah pelanggan yang menjual lagi cat-cat kepada konsumen perorangan atau konsumen langsung. Dengan banyaknya pelanggan yang dimiliki oleh perusahaan. Tentu saja perusahaan ingin memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. dimana dalam menjalankan aktivitas usahanya maka

perusahaan perlu menerapkan *Customer relationship management* adalah kereliasian pelanggan yaitu suatu proses mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan atau dengan kata lain kereliasian pelanggan merupakan hubungan yang erat antara perusahaan dengan pelanggan sehingga kedua belah pihak sama-sama untung dan akhirnya dapat meningkatkan nilai penjualan perusahaan (Imasari dan Nursalin, 2013).

Dengan dipenuhinya kebutuhan, keinginan secara tepat maka dapat mendorong pencapaian kepuasan dalam diri konsumen terhadap suatu produk tersebut. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam terciptanya suatu loyalitas, dengan merasa puas terhadap suatu produk maka secara otomatis konsumen akan kembali lagi untuk membeli dan mengkonsumsi produk tersebut. Pada akhirnya, hal ini diharapkan dapat menjadi pendorong utama bagi pencapaian keuntungan perusahaan itu sendiri, dimana ketika konsumen sudah loyal atau setia terhadap suatu produk tentunya akan mendorong penjualan produk secara terus menerus karena keuntungan terbesar diperoleh perusahaan dari pelanggan setia dimana perusahaan dapat menjual barang atau jasa kepada pelanggan yang telah mencoba dan mengenal barang atau jasa perusahaan yang bersangkutan, perusahaan harus mampu mempertahankan pelanggan tersebut (Imasari dan Nursalin, 2013).

PT Mega Jaya Net Palembang adalah salah satu Perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan berbagai macam Cat Rumah. Perusahaan ini memfokuskan penjualan produknya kepada pelanggan-pelanggan yang membeli dalam partai besar, dengan kata lain pelanggan perusahaan ini adalah pelanggan yang menjual lagi cat-cat kepada konsumen perorangan atau konsumen langsung. Dengan banyaknya pelanggan yang dimiliki oleh perusahaan, tentu saja perusahaan ingin memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada PT Mega Jaya Net Palembang, apakah ada pengaruh antara *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan pada bagian tedahulu, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Apakah *Customer Relationship Management* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian Cat Rumah Pada PT Mega Jaya Net Palembang.
2. Variabel manakah dari *Customer Relationship Management* yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian Cat Rumah Pada PT Mega Jaya Net Palembang.

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam batasan masalah, membahas permasalahan yang menyangkut analisis pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas pelanggan di PT Mega Jaya Net Palembang, adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada PT Mega Jaya Net Palembang yang berlokasi di Jl. Suka Bangun II No. 9 Rt. 01 Rw. 01 Palembang.
2. Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif, dimana dalam penelitian ini menggunakan model Regresi Berganda.

## 1.4 Tujuan dan Manfaat

### 1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan yang dicapai adalah:

1. Untuk melihat sejauh mana pengaruh *Customer Relationship Management* yang dilakukan oleh perusahaan PT. Mega Jaya Net Palembang terhadap Loyalitas Pelanggan
2. Untuk menganalisis variabel *Customer Relationship Management* yang paling dominan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dalam pembelian Cat Rumah pada PT. Mega Jaya Net Palembang.

### 1.4.2 Manfaat

Sedangkan manfaatnya adalah:

1. Untuk mengetahui *Customer Relationship Management* dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan terhadap PT Mega Jaya Net Palembang.
2. untuk mengetahui sejauh mana penerapan *Customer Relationship Management* dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dalam pembelian Cat Rumah PT Mega Jaya Net Palembang.

### 1.5 Hipotesis

Adapun hipotesis:

- H1 : Pemasaran berkelanjutan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
- H2 : Pemasaran individu berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- H3 : Program kemitraan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- H4 : Pemasaran Berkelanjutan, Pemasaran Individu, Program kemitraan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

### 1.6 Metodologi Penelitian

Adapun metodologi penelitian yang digunakan adalah Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif yaitu menggunakan regresi linier berganda sebagai suatu standar yang dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positifisme*.

#### 1.6.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini di PT Mega Jaya Net Palembang yang berlokasi di Jln. Suka bangun II No. 9 Rt. 01 Rw. 01 Palembang. Dan Waktu penelitian di mulai dari bulan September-Desember 2013.

#### 1.6.2 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh karyawan PT Mega Jaya Net Palembang, yang berjumlah 50 orang.

### **1.6.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan data primer dengan cara memberikan kuesioner. Kuesioner adalah usaha mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden.

### **1.6.4 Instrument atau Alat Ukur Penelitian**

#### **a. Uji Validitas Data**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil  $r$  hitung kita bandingkan dengan  $r$  tabel dimana dengan sig 5%. Jika  $r$  tabel  $<$   $r$  hitung maka valid (Sujarweni).

#### **b. Uji Reliabilitas Data**

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha  $>$  0,60 maka reliable (Sujarweni).

### **1.6.5 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara strataan (*stratified random sampling*). Dengan teknik pengambilan sampel ini penulis harus terlebih dahulu membuat penggolongan atau pengelompokan populasi.

### 1.6.6 Jenis Data

#### a. Data Primer

Data primer dapat diperoleh melalui pemberian daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder didapat dari data yang dikumpulkan dengan cara mempelajari masalah-masalah yang berhubungan dengan objek yang diteliti melalui buku-buku pedoman dan studi literatur.

### 1.6.7 Analisa Data

Analisis regresi merupakan salah satu teknik analisis data dalam statistika yang sering digunakan untuk mengkaji hubungan antara beberapa variabel dan meramal suatu variabel. Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel *predictor* (variable bebas) terhadap variable terkait.

## 1.7 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 disebarluaskan 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.