

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

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

Perusahaan bisnis sekarang berada dalam lingkungan bisnis yang intensitasnya semakin meningkat. Ketika banyak sekali pesaing atau perusahaan yang menawarkan produk serupa, maka persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Efisiensi dan efektifitas organisasi diharapkan perusahaan bisa bersaing bersama kompetitor. Hal ini tidak bisa dihindari dengan luasnya dan modernnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, hal ini menjadi tantangan besar bagi setiap perusahaan untuk berkembang. Namun perusahaan juga harus mampu bersaing dengan perkembangan dan perubahan yang ada dengan melakukan adaptasi baik secara eksternal maupun internal agar perusahaan dapat terus bertahan.

Di Indonesia terkenal dengan sebutan negeri Tembakau, karena merupakan salah satu negara dengan penghasil tembakau terbaik di dunia. Dengan tersebarnya lahan persawahan dan perkebunan, bangsa Indonesia dapat menghasilkan tanaman yang beraneka ragam Nurwiyati (2013). Produk tembakau memiliki berbagai macam merek, salah satunya adalah tembakau kasturi. Tembakau kasturi merupakan tembakau yang sangat populer. Produk tembakau ini diproduksi oleh Toko Pak Aripin di Pasirian Kabupaten Lumajang. Tembakau kasturi mempunyai rasa dan bau yang khas. Produk tembakau digemari berbagai kalangan mulai dari anak muda hingga orang tua. Tembakau ini memiliki kualitas yang baik sehingga pembeli sangat puas dengan produk tersebut. Kualitas produk tembakau menjadi faktor

penting terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Sambodo Rio Sasongko, 2021) Kepuasan pelanggan adalah bagian dari penciptaan nilai pelanggan. Hal ini dikarenakan menciptakan kepuasan pelanggan ialah menciptakan keuntungan untuk perusahaan yang artinya relasi antara perusahaan dan pelanggan semakin baik, menciptakan landasan yang baik, atau menciptakan kepuasan pelanggan dan word of Mouth yang menguntungkan bagi perusahaan itu menciptakan minat pembeli.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Perusahaan harus memastikan bahwa kualitas produk yang mereka tawarkan melebihi pesaingnya dan melebihi ekspektasi konsumen. Perusahaan juga perlu memahami kebutuhan dan harapan konsumen terhadap klaim Riyani dkk (2021) produk. Kualitas pelayanan adalah kepuasan kebutuhan pembeli berdasarkan tingkat kualitas produk dan jasa yang memenuhi harapannya sehingga keinginannya dapat terpenuhi Riyani dkk (2021).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Deri Kusmadeni (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian Steffany Revina Wulandari & Ari Susanti (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pendapat kedua penelitian terdahulu tersebut terdapat *gap research* pada variabel kualitas pelayanan.

Tembakau kasturi selain kualitas pelayanannya yang baik, juga memiliki citra merek. Citra yang terdapat pada suatu merek merupakan hal yang sulit untuk ditiru oleh pesaing. Selain itu juga citra dari suatu merek yang telah tersimpan dalam

memori pelanggan akan sulit untuk dirubah. Hal ini menunjukkan bahawa citra merek akan menjadi tolak ukur bagi pelanggan untuk menilai apakah suatu layanan jasa atautah tidak dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Andrian & Fadillah, 2021). Citra merek ialah representasi untuk keseluruhan persepsi terhadap merek dan bentuk informasi dan pengalaman masalah terhadap merek itu (Sondakh, 2014).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zentra, dkk (2023) menunjukkan bahawa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian Eko Purnomo, dkk (2019) menunjukkan bahawa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Malau dalam (Sajidah & Aulia, 2021) promosi menyebarkan informasi, mempengaruhi dan membujuk khalayak sasaran suatu perusahaan dan produknya dan/atau mengingatkan mereka bahawa mereka sungguh-sungguh bersedia menerima, membeli dan menyediakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Menurut (Sudarso & Tamrin, 2018) juga berpendapat bahawa promosi adalah kegiatan pemasaran yang melibatkan berbagai upaya jangka pendek untuk menciptakan keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Semakin baik iklannya, semakin tinggi kepuasan pelanggannya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Reni Suryani, dkk (2023) menunjukkan bahawa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil penelitian Muhammad Fahrozi Rahman, dkk (2023) menunjukkan bahawa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan terhadap produk Tembakau Kasturi pada penelitian ini didasari dengan beberapa variabel diatas diantaranya kualitas pelayanan, citra merek dan promosi. Perbedaan dari beberapa peneliti yang dapat menjadi landasan sebuah penelitian dan tertarik menerapkan pengertian tentang kualitas pelayanan citra merek dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada produk Tembakau Kasturi, bahwa Tembakau Kasturi memiliki keunggulan tersendiri yang membuat konsumen merasa puas dengan produk tersebut. Seperti halnya kualitas pelayanan yang menjadi dasar atau terciptanya kepuasan pelanggan, citra merek yang menjadi tolak ukur bagi pelanggan dan promosi yang menjadi sebuah identitas pada suatu barang yang diinginkan konsumen untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1 Data Penjualan Tembakau Kasturi  
2023

Bulan	Omset Penjualan
Juli	Rp 6.520.000
Agustus	Rp 6.800.000
September	Rp 7.000.000
Oktober	Rp 7.400.000
November	Rp 8.000.000
Desember	Rp 9.400.000

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan data penjualan tembakau kasturi yang diperoleh selama enam bulan . Jika dilihat, penjualan tembakau kasturi semakin hari omsetnya semakin meningkat. Produksi tembakau kasturi selama satu minggu omsetnya bisa mencapai kurang lebih Rp 1.000.000.

Peneliti akan melakukan studi berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas untuk menyelidiki hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan mempertimbangkan lokasi Pasirian sebagai wilayah penelitian yang dekat dengan peneliti. Menentukan “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan

Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tembakau Kasturi di Toko Pak Aripin Pasirian” merupakan tujuan dari penelitian ini.

### **1.2 Batasan Masalah**

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak terlalu luas dan argumentatif, maka peneliti cukup membagi pertanyaan menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mengkaji pada level manajemen pemasaran
2. Variabel dalam penelitian ini hanya terdapat dua: variabel terikat kepuasan pelanggan dan variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, citra merek dan promosi.
3. Penelitian ini dilakukan hanya pada pelanggan Tembakau Kasturi di Pasirian.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang dikemukakan di atas, maka perumusan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Tembakau Kasturi di Toko Pak Aripin Pasirian?
2. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Tembakau Kasturi di Toko Pak Aripin Pasirian?
3. Apakah ada pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Tembakau Kasturi di Toko Pak Aripin Pasirian?

### **1.4 Tujuan Masalah**

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas , maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Tembakau Kasturi di Toko Pak Aripin Pasirian
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Tembakau Kasturi di Toko Pak Aripin Pasirian
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Tembakau Kasturi di Toko Pak Aripin Pasirian

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran, terutama tentang kualitas pelayanan, citra merek, promosi dan kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang

Peneliti yakin hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menunjang perpustakaan Institut Teknologi dan Administrasi Bisnis Widya Gama Lumajang dan juga memberikan informasi kepada peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan, meningkatkan citra merek dan kepuasan pelanggan.

2) Bagi Peneliti

Merupakan cara untuk mengembangkan kemampuan berpikir berdasarkan ilmu yang diperoleh di perguruan tinggi, khususnya mengenai dampaknya

terhadap peningkatan kualitas layanan, citra merek dan kepuasan pelanggan.

3) Bagi Toko Tembakau Kasturi

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayan, citra merek, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pemimpin perusahaan terutama dalam pengelolaan manajemen pemasaran.

