

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kondisi persaingan yang semakin ketat membuat tugas seorang pemasar menjadi semakin sulit dan kompleks. Dengan adanya tuntutan konsumen yang semakin besar, mereka tidak hanya menginginkan produk yang berkualitas dengan harga yang murah, namun saat ini mereka juga menginginkan produk yang bisa meningkatkan kepuasannya. Jadi, sebaiknya setiap perusahaan harus mampu mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan semaksimal mungkin berusaha mencari pelanggan baru dengan tetap memperhatikan aspek-aspek pemasaran.

Menurut Hellier et al. (2003), bahwa kepuasan dianggap sebagai derajat kesukaan atau kepuasan konsumen secara keseluruhan yang dihasilkan oleh kemampuan produk dalam memenuhi keinginan, harapan, dan kebutuhan konsumen yang berkaitan dengan produk tersebut. Menurut Kotler (2003:61), bahwa kepuasan pelanggan adalah persepsi seseorang atas kinerja suatu produk atau pelayanan yang dirasakan dibandingkan dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen, dimana dengan adanya kepuasan pelanggan maka akan menimbulkan loyalitas merek.

Menurut Evans dan Lindsay dalam Mohsan (2011), bahwa perusahaan dengan pelanggan yang puas memiliki kesempatan yang baik untuk mengubah mereka menjadi pelanggan setia yang membeli produk dari perusahaan tersebut

selama periode waktu yang panjang. Adanya kepuasan dari pelanggan merupakan salah satu wujud kesuksesan dari suatu perusahaan. Hal ini juga diungkapkan oleh Lokito dan Dharmayanti (2013), bahwa *satisfaction* yang dimiliki oleh pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan terhadap merek.

Dalam penelitian Muh Subhan (2006) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Reputasi Suatu Perusahaan” disebutkan bahwa bagaimana meningkatkan reputasi suatu perusahaan dengan mengacu pada variabel kualitas jasa dan kepuasan pelanggannya. Adapun faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap reputasi suatu perusahaan. Dari penelitian Walsh et. al (2009). Disebutkan bahwa untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan rekomendasi positif perusahaan kepada orang lain, perlu pula meningkatkan *Customer-based Corporate Reputation* yang dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu diantaranya adalah *Customer Satisfaction* dan *Trust*.

Suatu organisasi harus memastikan bahwa karyawan diberdayakan untuk bertindak dengan cara yang pelanggan inginkan, sehingga dapat menimbulkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Langkah-langkah untuk memastikan tingkat kepuasan yang tinggi meliputi pengawasan kepuasan dan pelatihan staf yang akan memungkinkan karyawan untuk mencoba membantu pelanggan membuat keputusan pembelian yang memuaskan dan memiliki interaksi yang menyenangkan dengan perusahaan. Seperti menurut Walsh et al (2009:198) reputasi perusahaan yang baik memiliki manfaat yaitu loyalitas pelanggan dan sebagai promosi perusahaan untuk menarik pelanggan.

Meningkatkan manfaat loyalitas pelanggan sangat penting untuk memperdalam hubungan dengan pelanggan dan menilai nilai seumur hidup pelanggan. Jika sebuah perusahaan memiliki reputasi yang baik, maka investasi dalam program loyalitas pelanggan tampaknya akan menjadi cara yang baik untuk menghabiskan uang. Namun, dengan reputasi yang buruk, perusahaan mungkin akan banyak menghabiskan uang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan layanan mereka dan berfokus pada layanan perbaikan serta melakukan penelitian untuk mengidentifikasi sumber-sumber ketidakpuasan bagi pelanggan.

Nasabah merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh PT. Pegadaian (Persero). Nasabah merupakan aset yang dapat menentukan keberhasilan perusahaan, mengingat nasabah mencerminkan potensi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Usaha menciptakan dan mempertahankan nasabah hendaknya menjadi prioritas yang lebih besar bagi PT. Pegadaian. Strategi yang tepat dapat menarik nasabah hendaknya disusun secara cermat, agar mereka mau membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Lebih dari itu, dengan segala kiatnya perusahaan juga terus berupaya agar dapat menciptakan nasabah yang setia. Penelitian ini menunjukkan pentingnya mendapatkan layanan yang tepat bagi pelanggan sebagai pendorong utama reputasi yang baik. Perusahaan harus lebih fokus pada orientasi pelanggan dan produk dan aspek kualitas pelayanan hal ini mungkin lebih berdampak pada kepuasan pelanggan dan menciptakan nasabah yang loyal.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis bertujuan untuk memberi gambaran umum tentang peran *customer satisfaction* terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik mengambil judul “***Peran Customer Satisfaction Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Padang***”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah bentuk *customer satisfaction* PT. Pegadaian (Persero) Padang?
2. Bagaimanakah bentuk loyalitas nasabah PT. Pegadaian (Persero) Padang?
3. Bagaimanakah peran *customer satisfaction* terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian (Persero) Padang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis bentuk *customer satisfaction* PT. Pegadaian (Persero) Padang
2. Untuk menganalisis bentuk loyalitas nasabah PT. Pegadaian (Persero) Padang
3. Untuk menganalisis peran *customer satisfaction* terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian (Persero) Padang

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin peneliti peroleh dari penelitian ini adalah :

a. Bagi peneliti

Bagi peneliti sendiri diharapkan agar dapat menambah ilmu serta wawasan yang lebih luas lagi, sehingga dapat dijadikan masukan dalam melihat perbedaan ilmu teori dengan praktik dilapangan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi masukan bagi PT. Pegadaian (Persero) Padang khususnya dalam peran *customer satisfaction* terhadap loyalitas nasabah.

c. Bagi Ilmu Pengetahuan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam penelitian yang berhubungan dengan pemasaran serta sebagai sumber informasi bagi penelitian selanjutnya, serta dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan.

#### **1.5 Tempat dan Waktu Magang**

Tempat yang sesuai dengan latar belakang dan masalah yang akan dibahas yaitu pada PT. Pegadaian (Persero) Padang untuk melaksanakan kuliah kerja praktek lapangan atau magang. Waktu pelaksanaan magang berlangsung selama 40 hari kerja.

## 1.6 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh hasil dari apa yang penulis harapkan dan menuju kesempurnaan dalam penulisan tugas akhir ini, maka sesuai dengan permasalahan yang telah ditetapkan, penulis menggunakan berbagai macam metode guna mendapatkan data-data yang penulis perlukan yang terdiri dari :

1. Penelitian lapangan (observasi dan wawancara)

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian secara langsung ke lapangan dalam bentuk praktek kerja lapangan/magang, guna memperoleh data yang pihak-pihak yang terkait dengan proses pengolahan data pada PT. Pegadaian (Persero) Padang.

2. Penelitian Kepustakaan

Menggunakan buku-buku sebagai referensi dalam menganalisa hal-hal yang dibahas dalam tulisan ini, sehingga diperoleh perbandingan yang sebenarnya dengan teori-teori yang ada dan juga memperkuat dasar-dasar pembahasan.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran dalam penulisan laporan ini, maka berikut sistematika pembahasannya.

### **BAB I      PENDAHULUAN**

Mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan kegiatan magang, manfaat kegiatan magang, dan sistematika penyusunan laporan magang.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Mengambarkan tentang tinjauan pustaka atau segala sesuatu yang akan menjadi landasan teori dalam menyelesaikan laporan magang.

## **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Menjelaskan sejarah PT. Pegadaian (Persero) Padang, Visi dan Misi, Struktur Organisasi serta tugas pokok PT. Pegadaian (Persero) Padang.

## **BAB IV PEMBAHASAN**

Membahas tentang hasil dari kegiatan magang yang dilakukan yang berkaitan dengan peran customer satisfaction dan corporate reputation terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian (Persero) Padang

## **BAB V PENUTUP**

Kesimpulan dan saran dari pelaksanaan kegiatan magang yang dilaksanakan.

