

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis pada saat ini tidak terlepas dari persaingan yang semakin meningkat. Terdapat berbagai macam jenis bisnis yang diminati para pebisnis, salah satunya adalah bisnis yang bergerak di bidang otomotif. Bisnis otomotif merupakan bisnis yang bergerak di bidang perbaikan (servis) mesin sepeda motor dan menjual-beli alat transportasi. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang otomotif adalah PT Cibitung Motor Mandiri. PT Cibitung Motor Mandiri merupakan *showroom* sepeda motor Honda yang berlokasi di Jalan Raya Teuku Umar No. 9, Cibuntu, Cibitung, Bekasi.

Dari hasil observasi ada beberapa *showroom* di Bekasi yang mengakibatkan setiap pelaku usaha perlu melakukan berbagai upaya strategi pemasaran untuk mempertahankan citra baik di tengah persaingan yang semakin ketat, berikut ini adalah beberapa daftar sampel kompetitor PT Cibitung Motor Mandiri di Bekasi:

Tabel 1.1

Daftar Sampel Kompetitor

No.	Nama <i>Showroom</i>	Alamat <i>Showroom</i>
1	PT Supra Jaya Motor	Jalan Raya Pasar Rebo Jatiasih No. 103, Kec Jatiasih, Kota Bekasi, Jawa Barat 17147
2	PT Merdeka Motor	Jalan Raya Insinyur H. Juanda, RT 001/RW 001, Duren Jaya, Kec Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat 17112
3	PT Daya Motor	Jalan Raya Diponegoro, No. 16, Kec Tambun Selatan, Kab Bekasi, Jawa Barat 17510

Sumber : Data Peneliti, 2023.

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa persaingan dibidang perbaikan (servis) mesin sepeda motor dan menjual-beli alat sepeda motor ini menjadi salah satu banyaknya pelaku pebisnis dibidang yang sama, hal ini juga akan berdampak pada tingkat penjualan suatu perusahaan, dengan demikian meningkatnya pelaku bisnis persaingan yang terjadi di masa-masa sekarang, sebuah perusahaan harus bisa unggul dalam mempengaruhi kepuasan konsumen agar dapat meningkatkan penjualan.

Menurut Fadhli dan Pratiwi (2021:603), “Kepuasan konsumen merupakan hasil akhir munculnya perasaan menyukai atau tidak menyukai pada saat konsumen mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut setelah membandingkan dengan harapan mereka”. Kepuasan konsumen ini sangat bergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Saat ini konsumen menjadi semakin teliti dalam melakukan pembelian dan menentukan *showroom* yang mereka inginkan untuk melakukan pembelian sepeda motor.

Peneliti melakukan prasurvei kepada 20 responden yang bertempat tinggal di daerah Bekasi dan pernah melakukan pembelian sepeda motor mengenai kepuasan konsumen di PT Cibitung Motor Mandiri. Berikut tabel hasil prasurvei kepuasan konsumen untuk memperkuat hasil dugaan dan observasi :

Tabel 1.2
Hasil Pra-Survei Kepuasan Konsumen

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju
1	Produk yang dipasarkan oleh PT Cibitung Motor Mandiri sangat berkualitas	11	9
2	PT Cibitung Motor Mandiri sangat sigap dalam memberikan pelayanan kepada konsumen saat pembelian produk	5	15
3	Harga yang ditawarkan oleh PT Cibitung Motor Mandiri cukup terjangkau	10	10

4	Tempat yang dimiliki oleh PT Cibitung Motor Mandiri sangat strategis	11	9
5	Iklan yang dibuat oleh PT Cibitung Motor Mandiri melalui facebook dan instagram cukup informatif dan menarik	6	14
Jumlah Responden		20 Konsumen	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Prasurvei, 2023

Tabel 1.2 adalah hasil prasurvei melalui kuesioner yang dilakukan kepada 20 konsumen yang pernah melakukan pembelian sepeda motor di PT Cibitung Motor Mandiri terkait kepuasan konsumen di PT Cibitung Motor Mandiri. Pada pertanyaan “PT Cibitung Motor Mandiri sangat sigap dalam memberikan pelayanan kepada konsumen saat pembelian produk”, terdapat 15 responden yang mengatakan tidak setuju. Pada pertanyaan “Iklan yang dibuat oleh PT Cibitung Motor Mandiri melalui facebook dan instagram cukup informatif dan menarik”, terdapat 14 responden yang mengatakan tidak setuju. Jika dilihat hasil prasurvei di atas segi kualitas pelayanan dan *social media marketing* terdapat skor konsumen mengataka tidak setuju lebih tinggi di bandingkan faktor produk, harga dan kemudahan mengakses produk. Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen merasa tidak puas terhadap *social media marketing* dan kualitas pelayanan di PT Cibitung Motor Mandiri dalam pembelian sepeda motor.

Oleh karena itu, untuk dapat mempertahankan kepuasan konsumen, maka perusahaan harus jeli melihat apa yang diinginkan oleh konsumennya. Konsumen merupakan unsur penting bagi setiap perusahaan untuk mempertahankan citra baiknya di semua kalangan. Maka perusahaan perlu memberikan pelayanan yang prima terhadap konsumen dalam pembelian sepeda motor, agar perusahaan dapat meningkatkan penjualannya. Selain sektor pelayanan yang menjadi faktor kepuasan konsumen perusahaan juga perlu meningkatkan kembali dalam mengiklankan sepeda motor di sosial media seperti facebook dan instagram agar konsumen merasa puas terhadap penawaran melalui sosial media.

Era digital pada saat ini menyebabkan perubahan gaya hidup dalam berbagai aspek. Salah satunya perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat termasuk *social media marketing*. *Social media marketing* adalah strategi pemasaran yang digunakan bisnis cerdas untuk menjadi bagian dari jaringan secara *online*. (As'ad dan Alhadid, 2014:335). Perusahaan harus terus berupaya agar memiliki strategi pemasaran yang kuat untuk membuat, mengomunikasikan, dan mengirimkan produk *online* melalui *platform social media* seperti melalui facebook dan instagram untuk membangun dan memelihara hubungan dengan konsumen. Oleh sebab itu, PT Cibitung Motor Mandiri perlu menjaga kualitas *social media* untuk meningkatkan kepercayaan dan memelihara hubungan yang baik agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Berikut berdasarkan hasil prasarvei yang dilakukan oleh peneliti kepada 20 responden yang memiliki sosial media seperti facebook/instagram, dan yang sudah pernah melakukan pembelian sepeda motor di PT Cibitung Motor Mandiri, berikut tabel hasil prasarvei *social media marketing* untuk memperkuat hasil dugaan dan observasi :

Tabel 1.3

Hasil Pra-Survei Social Media Marketing

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju
1	Perusahaan sangat tanggap dalam merespon konsumen yang ingin mengetahui lebih lanjut mengenai produk yang ditawarkan	11	9
2	Ketanggapan perusahaan dalam merespon pesanan konsumen dengan cara <i>online</i> cukup baik	3	17
3	PT Cibitung Motor Mandiri memiliki iklan yang cukup menarik dalam mempromosikan produk	5	15
4	Perusahaan memiliki sosial media yang mudah di akses	14	6

5	PT Cibitung Motor Mandiri memiliki sosial media yang akurat dengan produk yang ditawarkannya	12	8
Jumlah Responden		20 Konsumen	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Prasurvei, 2023

Jika dilihat dari tabel 1.3 hasil prasurvei terhadap 20 konsumen yang memiliki sosial media seperti facebook/instagram, dan yang sudah pernah melakukan pembelian sepeda motor di PT Cibitung Motor Mandiri mengenai *social media marketing*. terdapat 17 responden mengatakan tidak setuju bahwa ketanggapan perusahaan dalam merespon pesanan konsumen dengan cara *online* cukup baik, serta 15 responden mengatakan tidak setuju bahwa PT Cibitung Motor Mandiri memiliki iklan yang cukup menarik dalam mempromosikan produk. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat meningkatkan lagi dalam merespon pesanan konsumen yang melalui online dan mempromosikan produk melalui *platfrom social media* seperti facebook dan instagram. Dengan adanya permasalahan seperti ini juga sangat memengaruhi kepuasan konsumen di PT Cibitung Motor Mandiri. Seperti penelitian terdahulu yang diteliti oleh Fajri dan Ma'ruf (2021) yang mengatakan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain *social media marketing* untuk meningkatkan kepuasan konsumen di PT Cibitung Motor Mandiri diperlukan kualitas pelayanan yang baik. Menurut Agustin, dkk. (2021:187) "Kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan oleh konsumen setelah melakukan evaluasi pada produk tersebut dan membandingkan manfaat yang diharapkan konsumen". Untuk dapat memberikan suatu kepuasan, tentunya perusahaan harus dapat meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Karena saat ini konsumen semakin pintar dan sangat kritis, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Sedikit saja penyimpangan, misalnya pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan merasa kecewa. Berikut berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan oleh peneliti kepada 20 responden yang bertempat tinggal di Bekasi dan yang sudah

pernah melakukan pembelian sepeda motor di PT Cibitung Motor Mandiri, berikut tabel hasil prasurvei kualitas pelayanan untuk memperkuat hasil dugaan dan observasi:

Tabel 1.4
Hasil Pra-Survei Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1	PT Cibitung Motor Mandiri sangat cepat dan sigap dalam merespon keluhan konsumen	10	10
2	Karyawan PT Cibitung Motor Mandiri berpenampilan rapih dan bersih	15	5
3	Perusahaan menyediakan sepeda motor yang berkualitas	13	7
4	Sikap perusahaan dalam menerima kritik dan saran dari konsumen cukup baik	2	18
5	Perusahaan cukup baik dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor	4	16
Jumlah Responden		20 Konsumen	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Prasurvei, 2023

Jika dilihat dari tabel 1.4 hasil prasurvei terhadap 20 konsumen di PT Cibitung Motor Mandiri mengenai kualitas pelayanan. Terdapat 18 responden mengatakan tidak setuju sikap perusahaan dalam menerima kritik dan saran dari konsumen cukup baik, dan 16 responden mengatakan tidak setuju bahwa Perusahaan cukup baik dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian

sepeda motor. Oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan dalam menerima kritik dan saran dari konsumen dan memberi pelayanan terhadap konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor agar konsumen puas atas pelayan yang dimiliki oleh PT Cibitung Motor Mandiri. dengan adanya permasalahan ini bahwa kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan konsumen di PT Cibitung Motor Mandiri. Seperti penelitian terdahulu yang diteliti oleh Panaha dan Kojo (2021:891) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak hanya *social media marketing* saja yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen, tetapi kualitas pelayanan pun dapat memengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian sepeda motor di PT Cibitung Motor Mandiri.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di PT Cibitung Motor Mandiri dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT Cibitung Motor Mandiri”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Apakah *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Cibitung Motor Mandiri?
- 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Cibitung Motor Mandiri?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk menganalisis pengaruh *social media marketing* secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Cibitung Motor Mandiri.

- 2) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Cibitung Motor Mandiri.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- 1) Bagi perusahaan
Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan acuan perkembangan perusahaan dalam mempromosikan produknya melalui *social media marketing* seperti facebook dan instagram, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
- 2) Bagi pihak lain atau peneliti selanjutnya
Hasil penelitian dapat diharapkan dapat sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi pihak lain atau peneliti yang ingin mengetahui lebih lanjut mengenai *social media marketing* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah

Ruang lingkup atau pembatasan masalah diperlukan guna memfokuskan pembahasan agar tidak meluas. Dalam penelitian ini ruang lingkup yang akan dibahas adalah:

- 1) Penelitian ini hanya dibatasi pada faktor *social media marketing* dan kualitas pelayanan.
- 2) Responden pada penelitian ini berfokus pada konsumen yang memiliki sosial media seperti facebook atau instagram, dan pernah membeli sepeda motor di PT Cibitung Motor Mandiri.

1.5 Sistematika Pelaporan

Sistematika pelaporan penelitian ini dirinci sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dikemukakan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan pembatasan masalah, serta sistematika pelaporan.

BAB II TINJUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan teori-teori yang mendasari dan berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis masalah. Teori-teori yang digunakan mengenai pengertian dan konsep variabel *social media marketing*, pengertian kualitas pelayanan, pengertian kepuasan konsumen, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, model dan instrumen penelitian serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan data dari hasil penelitian yang terdiri dari hasil penelitian, deskripsi data variabel *social media marketing*, deskripsi data variabel kualitas pelayanan, dan deskripsi data variabel kepuasan konsumen serta deskripsi hasil analisis statistik serta pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan simpulan dari hasil penelitian terhadap masalah yang diteliti. Juga saran yang berguna sebagai bahan evaluasi untuk masa yang akan datang, baik bagi PT Cibitung Motor Mandiri maupun peneliti, serta pihak lain yang membutuhkan.