**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Pertumbuhan ekonomi merupakan perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah sehingga akan meningkatkan kemakmuran masyarakat. Setiap perusahaan tentunya ingin mendapat tempat yang baik di hati pelanggan. Berbagai cara pun ditempuh oleh perusahaan untuk mendapatkan tempat di hati pelanggan. Persaingan usaha yang semakin ketat membuat perusahaan harus mampu memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi aspek penting yang harus didapatkan oleh suatu perusahaan guna membuat *image* perusahaan menjadi bagus di mata masyarakat. Asih (2016) berpendapat bahwa selama ini kepuasan pelanggan dijadikan sebagai kunci utama dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan eksistensi dari suatu perusahaan. Kepuasan menimbulkan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Suatu kualitas pelayanan juga harus dihubungkan dengan harapan dan keinginan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan perusahaan agar pelanggan merasa puas. Menurut Laurent (2016), Dengan usaha mendapatkan perhatian dari pelanggan yang merasa puas, akan ada kemungkinan dari seorang pelanggan tersebut datang kembali untuk melakukan pembelian ulang dalam bidang jasa maupun produk. Pelanggan akan puas karena adanya kualitas dari produk dan jasa itu sendiri.

Ketersediaan produk menjadi salah satu faktor untuk menunjang kepuasan pelanggan. Menurut Wulandari & Sari (2020), persediaan bahan baku mempunyai kedudukan yang penting dalam perusahaan karena persediaan bahan baku sangat besar pengaruhnya terhadap kelancaran proses produksi. Persediaan barang menjadi salah satu kunci terpenting dalam operasional perusahaan. Persediaan berperan sebagai asset termahal dari sebuah perusahaan, persediaan dapat mewakili 50% dari keseluruhan modal yang diinvestasikan.

Selain ketersediaan barang, retur juga menjadi salah satu acuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan. Siwu (2016) mengemukakan bahwa retur bertanggung jawab atas penerimaan pemberitahuan mengenai pengembalian barang yang telah dibeli oleh pelanggan. Retur terjadi karena adanya masalah yang berkaitan dengan barang yang dijual kurang bermutu atau tidak memenuhi kualitas yang diinginkan pelanggan.

*Service excellenct* juga menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Nizar dan Soleh (2017) menjelaskan bahwa *Service Excellent* dilakukan dalam penerapan komunikasi guna menunjang perbuatan atau tindakan kepada pelanggan apa yang mereka harapkan pada saat mereka membutuhkan, dengan cara yang mereka inginkan. Pelayanan prima harus ditunjang oleh kualitas sumber daya manusia yang handal, mempunyai visi yang jauh ke depan dan dapat mengembangkan strategi dan kiat pelayanan prima yang mempunyai keunggulan. Asih (2016) menuturkan bahwa untuk memberikan layanan yang terbaik ini dapat diwujudkan melalui menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab yang baik terkoordinasi.

Sebagai salah satu perusahaan distribusi untuk mempertahankan konsumen atau pelanggan, CV Mega Makmur harus dapat memilih mana bentuk yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Dalam melaksanakan kegiatan distribusinya. CV Mega Makmur tentunya menjadi perusahaan yang sudah terbukti keunggulannya yang menyangkut pelayanan terhadap pelanggan. Keunggulan tersebut menjadi nilai *plus* bagi perusahaan untuk lebih mudah menarik konsumen menjadi pelanggan tetap dan dapat bekerja sama dengan CV Mega Makmur dikarenakan pelayanan pada CV Mega Makmur yang sudah dikatakan baik dan juga bisa dipercaya dalam proses kegiatan distribusi seperti ketersediaan produk, retur, dan *service excellent* yang diberikan pihak perusahaan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, bahwa ketersediaan barang memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan (Saragih, 2016) namun di sisi lain, ketersediaan barang ternyata memberikan efek negatif pada kepuasan pelanggan (Safira *et al,* 2017). Demikian pula dengan variabel retur dan *service excellent* juga memberikan hasil yang berbeda. Hal ini menjadi ketertarikan untuk meneliti lebih lanjut dihubungkan dengan faktor- faktor yang hampir sama di CV Mega Makmur Kabupaten Semarang dan ini menjadi perbandingan terhadap hasil penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengambil judul: Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Ketersediaan Barang, Retur, dan *Service Excellent* pada CV Mega Makmur Kabupaten Semarang.

1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ketersediaan barang, retur, dan *service excellent* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang?
2. Apakah ketersediaan barang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang?
3. Apakah retur berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang?
4. Apakah *service excellent* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang?
5. **Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh secara simultan ketersediaan barang, retur, dan service excellent terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang.
2. Mengetahui pengaruh secara parsial ketersediaan barang terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang.
3. Mengetahui pengaruh secara parsial retur terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang.
4. Mengetahui pengaruh secara parsial service excellent terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang.
5. **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan mampu bermanfaat bagi seluruh pihak yang bersangkutan maupun bagi seluruh pembaca.

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pegetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan ketersediaan barang, retur dan service excellent terhadap kepuasan pelanggan pada CV Mega Makmur Kabupaten Semarang.

1. Manfaat Praktis
2. Bagi CV Mega Makmur Kabupaten Semarang, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi kepuasan pelanggan dalam meningkatkan ketersediaan barang, retur dan *service excellent* di masa sekarang ataupun masa yang akan datang.
3. Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk mengetahui bagaimana pengaruh ketersediaan barang, retur dan *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan pada CV Mega Makmur Kabupaten Semarang.