# BAB I PENDAHULUAN

## Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi memungkinkan manusia dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi tanpa terbatasi oleh jarak dan waktu karena adanya kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan. Hal ini mendoronng munculnya perusahaan perusahaan konstruksi di Indonesia. Untuk dapat bertahan di dalam persaingan, para perusahaan tersebut harus memiliki basis pelanggan yang loyal. Menurut Kotler dan Keller (2016) perusahaan perlu mempertahankan konsumen, karena konsumen yang sudah ada memiliki prospek yang lebih besar untuk memberikan keuntungan kepada perusahaan, biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih kecil daripada mencari pelanggan baru. Selain itu Windayanti dan Chrysnaputra (2020) juga mengatakan bahwa dengan mempunyai konsumen yang loyal pada suatu merek dapat dikatakan memiliki basis konsumen yang lebih khusus dan militan selain itu perusahaan dapat lebih memprediksi pasar yang akan dituju atau konsumen yang akan membeli produknya. Oleh kerena itu penting bagi para perusahaan untuk memiliki pelanggan yang loyal (*customer loyalty*).

PT. Menara Pelangi adalah anak perusahaan dari **PT MUSTIKA LAND**, perusahaan yang sudah berpengalaman dalam bidang pembangunan *Landed House, High Rise Building, Custom Property* maupun, memperkenalkan proyek terbaru yaitu *Service Apartment Mustika Golf Residence* di kawasan Jababeka, Cikarang. Salah satu kecenderungan yang dilakukan PT. Menara Pelangi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah *costumer engagement* melalui sosial media dan komunikasi langsung dengan pelanggan. PT. Menara Pelangi melakukan berbagai interaksi dengan pelanggannya melalui media sosial agar tetap membuat pelanggan merasa dilibatkan dalam menyampaikan keluhan, kritik, dan saran, serta dihargai sebagai pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hapsari, Clemes, & Dean (2015) menunjukan bahwa keterlibatan pelanggan harus dianggap sebagai aspek penting dalam meningkatkan loyalitas, karena dengan semakin luasnya pengetahuan pelanggan dan pesatnya pertumbuhan teknologi informasi membuat interaksi antara pelanggan dan

perusahaan menjadi penting dalam menciptakan nilai pelanggan. Selain itu menurut Hussein (2016) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa keterlibatan pelanggan atau brand engagement memiliki pengaruh yang penting dalam terbentuknya loyalitas pelanggan.

Selain memperhatikan kualitas layanan, aspek keadilan dalam memberikan pelayanan pada pelanggan juga harus diperhatikan. Menurut Chen et al. (2012) suatu pelayanan yang adil (*service fairness*) harus dilakukan oleh penyedia layanan dikarenakan konsumen tertarik dengan pelayanan yang adil dan menguntungkan bagi mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Hassan et al.(2013) juga menemukan bahwa *service fairness* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty*. Dari sini bisa dilihat *service fairness* juga merupakan aspek penting yang mempengaruhi terbentuknya loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) bagi perusahaan konstruksi.

Bagi sebuah bisnis kepuasan pelanggan adalah yang utama, hal ini tentunya karena pelanggan akan membeli lagi produk yang telah dibelinya, apabila merasa puas dengan manfaat yang diperoleh dari penggunaan produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan Peter & Olson (2000) yang menyatakan bahwa jika konsumen tidak dipuaskan, konsumen cenderung beralih merek serta mengajukan keberatan pada produsen, pengecer atau bahkan menceritakannya kepada konsumen lain. Pernyataan tersebut juga didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sattar & Sattar (2012) dan Bahrudin & Zuhro (2015) menunjukan bahwa kepuasan mempengaruhi terbentuknya loyalitas pelanggan, semakin tinggi nilai kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

## Identifikasi Masalah

Beberapa yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

* + 1. Masih adanya pelanggan yang mengeluh dikarenakan tingkat kepuasan pelanggan yang didapatkannya masih kurang.
    2. Masih banyaknya komplain yang dilakukan pelanggan yang berhubungan dengan kualitas pengerjaan proyek konstruksi.
    3. Kualitas material proyek yang terkadang tidak memenuhi satandar membuat pelanggan enggan Kembali memberikan pekerjaan proyek.
    4. Masih kurangnya promosi perusahaan kontruksi PT. Menara Pelangi.
    5. Masih adanya harga yang ditetapkan oleh perusahaan cenderung lebih mahal dari

*competitor* yang ada.

## Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di PT. Menara Pelangi menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangnya penilitian maka penulis mambatasi masalahnya agar lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada *customer engagement, service fairness, customer satisfaction* yang sangat berpengaruh pada *customer loyalty*.

## Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

* + 1. Apakah secara simultan *customer engagement, service fairness dan customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*?
    2. Apakah secara partial *customer engagement* berpengaruh signifikan terhadap

*customer loyalty*

* + 1. Apakah secara partial *service fairness* berpengaruh signifikan terhadap

*customer loyalty*?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel customer engagement, service fairness, customer satisfaction terhadap variabel *customer loyalty* PT. Menara Pelangi

* + 1. Apakah secara partial *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap

*customer loyalty*?

## Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

* + 1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya dibidang konstruksi.
    2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada managemen perusahaan konstruksi serta melengkapi kajian kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan hal ini.
    3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis.

## 1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sebagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.