

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang ini, perkembangan jenis usaha bisnis makin berkembang dan bermacam-macam. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah semakin banyaknya kebutuhan masyarakat. Misalnya dalam bidang teknologi. Hal tersebut dapat dilihat dari produk teknologi yang semakin menguasai pasar di Indonesia (Muttaqien, 2019a). Jasa yang menggunakan teknologi salah satunya adalah usaha percetakan. pemasaran jasa adalah bagian dari system jasa keseluruhan dimana perusahaan tersebut memiliki sebuah bentuk kontak dengan pelanggannya, mulai dari pengiklanan hingga penagihan, hal itu mencakup kontak yang dilakukan pada saat penyerahan jasa.

Percetakan adalah industri, baik besar maupun kecil, untuk mengirimkan tulisan dan gambar dengan tinta kertas menggunakan mesin cetak (Rahmat et al., 2021). Percetakan atau yang umumnya dikenal sebagai percetakan lanjutan menghasilkan gambar atau tulisan, kain dan permukaan yang berbeda. Banyaknya barang cetakan seperti buku, jadwal, pemberitahuan, majalah, kertas, spanduk, bendera, ajakan, karena hasil cetakan bisa langsung dibuat.

Dengan berkembangnya teknologi yang semakin cepat, sehingga pada saat ini industri percetakan sudah semakin komplit dan modern. Organisasi percetakan di Indonesia berkembang pesat, baik dalam lingkup besar, sedang, maupun terbatas. Peningkatan ini juga terjadi di Indonesia, di mana terdapat banyak sekali organisasi percetakan. Kemajuan jumlah organisasi percetakan telah membawa

persaingan bisnis yang lebih tinggi di bidang ini. Peningkatan kekuatan kontes dan jumlah pesaing membuat organisasi percetakan harus selalu fokus pada kebutuhan dan keinginan klien, dan berusaha memenuhi asumsi klien dengan menawarkan dukungan yang lebih baik daripada pesaing.

Salah satu unsur yang penting dan perlu mendapat perhatian dalam dunia usaha terutama percetakan adalah keberadaan pelanggan. Pelanggan merupakan pemakai barang atau jasa yang tersedia. Dalam era bisnis saat ini terutama banyaknya percetakan yang bermunculan, tingkat persaingan usaha di Indonesia sangat ketat karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk meningkatkan promosi pasar dan meraih pelanggan baru. Salah satu bisnis usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis jasa percetakan. Jasa percetakan dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan atau harapan dari pelanggan untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi peran penting dalam keberhasilan dari sebuah usaha.

Dari pengamatan yang dilakukan, pelayanan jasa pada percetakan masih kurang memuaskan dikarenakan sering sekali pelayanan memakan waktu yang cukup lama. Sehingga belum diketahuinya faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan (Muttaqien & Firmandita, 2018). Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas produk, harga yang terjangkau dan memadai serta kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Pelanggan

dikatakan puas apabila pelanggan mengadakan pembelian ulang dan tidak memiliki keluhan atas jasa yang dinikmatinya berarti pelanggan tersebut puas, tetapi apabila pelanggan tidak mengadakan pembelian ulang dan jumlah pelanggan bahkan menurun berarti kepuasan mereka tidak terpenuhi (Muttaqien, 2019). Pemenuhan yang dirasakan oleh klien akan sangat mempengaruhi organisasi, termasuk pemberdayaan membuat pengabdian klien dan berdiri organisasi akan lebih baik untuk daerah, khususnya untuk klien. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memahami harapan pelanggan atas produk yang dihasilkan atau jasa/layanan yang diberikan.

Menurut Kotler *et al.*, (2009) kepuasan adalah sensasi kegembiraan atau kekecewaan yang muncul setelah melihat penegasan dan kesan dari presentasi atau konsekuensi dari suatu item dan asumsinya. Ketatnya persaingan antar pelaku usaha menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang prima daripada yang dilakukan oleh pesaing.

Kualitas produk sebagai salah satu faktor yang sangat dipertimbangkan dalam kepuasan pelanggan. Kualitas produk memiliki arti penting yang signifikan bagi organisasi karena tanpa barang tersebut, organisasi tidak dapat berbuat apa-apa dari bisnisnya (Fitrotin *et al.*, 2020). Kualitas barang adalah salah satu instrumen super situasi untuk pengiklan. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas bisa didefinisikan sebagai “ bebas dari kerusakan” . Kualitas produk mempunyai dua dimensi atau tingkat dan konsisten. Dalam mengembangkan sebuah produk, mula-

mula pemasar harus memilih tingkat kualitas yang mendukung positioning produk (Kotler & Gary, 2006:272).

Harga juga menjadi salah satu hal yang menentukan kepuasan pelanggan. Jumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Menurut Kotler et al., (2012) harga merupakan sejumlah nilai uang yang diberikan pada suatu produk/jasa, atau jumlah nilai uang yang ditukar oleh konsumen untuk manfaat-manfaat yang diterima karena telah memakai/menggunakan suatu produk/jasa tersebut.

Disamping kualitas produk dan harga, kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh dalam kepuasan pelanggan. Menurut Kotler et al., (2012) kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan elemen dan akar penting yang dapat memberikan kepuasan kepada kliennya terkait dengan konsekuensi dari cara berperilaku informal seperti gerutuan, proposal dan perdagangan atau gerakan. Kualitas pelayanan jasa merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing.

Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya.

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang diutamakan terhadap pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, sebuah perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan atau bahkan melebihi harapan pelanggan (Utami, 2016). Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan, pelanggan tentu akan semakin puas.

Bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis yang menggunakan jasa desain grafis, baik percetakan, sablon maupun digital printing. Semakin maraknya perusahaan yang berdiri di Kabupaten Lumajang, menjadi daya tarik penulis untuk meneliti bisnis percetakan. Munculnya perusahaan-perusahaan percetakan baru menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat di Lumajang sangatlah tinggi. Disisi lain persaingan bisnis tak terelakkan, berbagai macam cara dilakukan oleh perusahaan – perusahaan percetakan untuk menarik pelanggannya.

Ryo Percetakan, adalah salah satu percetakan yang cukup ternama di Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Berdiri di tahun 2011, oleh Ryo Mey Martino. Bergerak dibidang produk maupun jasa percetakan. Ryo Percetakan merupakan perusahaan digital printing terlengkap di Kota Lumajang dengan layanan cetak yang beragam, meliputi *Large Digital Printing Outdoor & Indoor (Ecosolvent)*, *digital A3*, *offset*, *computer to conventional plate*, *UV printing*, *sublim*, *laser engraving & cutting*.

Berdasarkan penelitian tentang Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan di antaranya penelitian (Bansaleng et al., 2021) tentang “ Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,

Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL Di Manado” telah membuktikan bahwa hasil penelitian menunjukkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mendorong secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian lainya (Putri & Trisnowati, 2021) “ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan SFA Steak & Resto Karanganyar” , membuktikan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Steak dan Resto Karanganyar.

Dalam penelitian (Salmon et al.,2020) tentang “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Produk Merek Onna di PT. Tunas Interior” menyatakan bahwa pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Tunas Interior. (Gani & Oroh, 2021) dalam penelitiannya tentang ,” *The Effect of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Loki Store*“ menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko Loki di Surabaya.

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor dalam kepuasan pelanggan. Karena dengan kualitas yang bagus, harga yang terjangkau serta pelayanan di Ryo Percetakan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggannya yang setia menggunakan jasa dan produknya. Ryo Percetakan berjalan dibidang jasa digital printing seperti

outdoor printing, indoor printing, laser/A3 printing, offset, UV printing, cutting hingga *Sublim*. Alasan peneliti memilih Ryo Percetakan sebagai tempat penelitian karena adanya beberapa ulasan di *website* Ryo Percetakan yang berisi ulasan dari pelanggan tentang kurang puasnya pelayanan dan kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu, Ryo Percetakan belum banyak diteliti oleh orang lain, lokasi dekat di area kota Lumajang, percetakan yang cukup terkenal dan penulis ingin mengetahui harapan pelanggan terhadap kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan di Ryo Percetakan. Sehingga penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “” **Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ryo Percetakan Di Lumajang**” .

1.2 Batasan Masalah

Agar permasalahan dalam penelitian ini tidak berkembang terlalu luas dan lebih fokus pada satu permasalahan yang diteliti, perlu adanya batasan masalah dalam penelitian ini dengan batasan masalahnya sebagai berikut :

- a. Penelitian membatasi penelitian ini hanya terkait dengan Manajemen Pemasaran khususnya kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
- b. Tempat penelitian pada Ryo Percetakan di Lumajang.
- c. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Ryo Percetakan di Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Hasil dari penelitian masalah yang telah dijelaskan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ryo Percetakan di Kabupaten Lumajang?
- b. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ryo Percetakan di Kabupaten Lumajang?
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ryo Percetakan di Kabupaten Lumajang?
- d. Apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Ryo Percetakan di Kabupaten Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Ryo Percetakan di Kabupaten Lumajang.
- b. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Ryo Percetakan di Kabupaten Lumajang.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ryo Percetakan di Kabupaten Lumajang.

- d. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Ryo Percetakan di Kabupaten Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara ilmiah maupun secara praktis baik bagi penulis sendiri, pihak instansi pendidikan dan pihak-pihak lainnya yang kiranya berkepentingan. Berikut ini penulis sampaikan beberapa manfaat penelitian :

a. Manfaat Teoritis

Untuk pengembangan suatu ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran terutama dalam menguji teori kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sehingga dapat dijelaskan apakah hasil penelitian ini mendukung atau menolak penelitian sebelumnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi ITB Widya Gama Lumajang.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan tambahan perbendaharaan di perpustakaan yang ada di ITB Widya Gama Lumajang dan juga dapat memberikan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk penulis memperoleh gelar sarjana strata-I pada Institut Teknologi Dan Bisnis Widya Gama Lumajang, dalam mengaplikasikan dan membandingkan antara teori-teori dari bangku perkuliahan dengan realitas yang ada di lapangan. Dan untuk lebih memahami serta memperluas tentang manajemen pemasaran yang nyata pada pemasaran yang ada di pasar sebenarnya.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat memotivasi penelitian yang lain untuk mengadakan penelitian yang berhubungan dengan tema ini.

