

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia percetakan dan periklanan saat ini semakin pesat. Hal ini karena kebutuhan masyarakat terhadap percetakan cukup tinggi dimana saat ini banyak industri-industri kecil sudah menggunakan percetakan sebagai media periklanan. Kebutuhan-kebutuhan lain saat ini juga banyak yang menggunakan media cetak seperti surat-surat penting, kartu identitas, undangan, nota, dan lain-lain. Dalam beberapa tahun terakhir, usaha bisnis percetakan semakin berkembang, baik dalam skala besar, menengah, maupun skala kecil. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya pemain baru dalam bisnis percetakan. Bisnis percetakan tidak akan mati, hanya mungkin sesekali jalan ditempat pada keadaan tertentu. Mengingat produk yang dihasilkan adalah kebutuhan banyak orang. Percetakan adalah sektor usaha industri kreatif yang cukup banyak jenisnya. Perkembangan usaha percetakan kini mulai berkembang, yang awalnya hanya bisa melayani cetak fotocopy kini percetakan mulai mengembangkan inovasi-inovasi baru yang terdiri dari perlengkapan alat tulis kantor (ATK), desain gambar yang di gunakan untuk *banner (graphic design)*, *printfotocopy (digital printing)*, dan *advertising (banner, brosur dan lain-lain)*. Bisnis percetakan semakin dipermudah eksistensinya, baik itu dari segi teknologi cetak, operasionalisasi, dan tenaga pendesain. Tidak hanya sekedar jasa mencetak saja, percetakan juga memperhatikan desain dari setiap produk yang dihasilkan (Suwarni & Mayasari, 2011).

Kualitas produk memiliki peranan sangat penting dalam pengambilan keputusan oleh pelanggan. Apabila kualitas produk yang di berikan baik maka pelanggan akan tertarik dan minat untuk menggunakan jasa dari suatu produk akan semakin meningkat, namun apabila kualitas produk yang di berikan buruk maka tingkat keputusan untuk menggunakan jasa dari suatu produk akan semakin kecil.

Kualitas produk merupakan dari faktor yang mendapat hal utama dari pihak perusahaan karena kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Untuk mempertahankan dan meningkatkan dari penjualan, semua perusahaan perlu melakukan usaha pengembangan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik, sehingga membuat tiap pelanggan merasa puas dan daya tarik yang lebih besar. Penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, dapat memuaskan bagi konsumennya dan dapat meningkatkan keuntungan bagi setiap perusahaan dalam jangka panjang melalui peningkatan penjualan. Semakin tingginya tingkat kualitas dari suatu produk, maka akan menciptakan tingginya tingkat dari kepuasan yang akan dirasakan oleh semua konsumen maka konsumen akan merekomendasikan produk yang mereka konsumsi terhadap orang lain (Yuliati & Saputri, 2016:16). Produk di percetakan harus mampu menjaga kualitas produk agar konsumen merasa puas sehingga menciptakan loyalitas pada konsumen.

Perhatian terhadap kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, dan peneliti perilaku konsumen. Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak produsen yang terlibat

dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan. Semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dan hasil yang di rasakan, kalau kinerja di bawah harapan pelanggan akan merasakna kecewaan, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan pelanggan akan merasa sangat puas dan gembira (Sunyoto, 2012:227).Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang jangka panjang. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di percetakan Yesika yaitu kualitas produk sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan akan memberi pengaruhpada peningkatan penjualan di percetakan Yesika Lumajang.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang diberikan oleh pelanggan untuk berlangganan atau melakukan pembelian ulang produk/jasa secara konsisten di masa yang akan datang menurut (Oliver dalam Hurriyati, 2015:128-129).

Konsumen merupakan orang yang menggunakan jasa atau membeli produk namun hanya beberapa waktu saja, konsumen menggunakan pelayanan jasa yang hanya 1 kali, sedangkan pelanggan adalah orang yang menggunakan jasa atau membeli produk, pelanggan menggunakan jasa tersebut lebih dari 1 kali dan tetap

membeli di tempat yang sama (loyal).Loyalitas tercipta karena adanya kepuasan dari dalam diri konsumen sehingga konsumen akan terus menerus menggunakan jasa percetakan Yesika, sehingga seorang konsumen akan loyal terhadap jasa tersebut dan akan terciptanya definisi seorang pelanggandengan menjaga loyalitas pelanggan perusahaan akan memperoleh beberapa keuntungan. Dengan adanya pelanggan maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang cenderung tetap namun minim biaya pemasaran yang berupa biaya transaksi, biaya berkurangnya konsumen(*turnover*) konsumen, biaya kegagalan, meningkatkan penjualan silang, dan mendorong *word of mouth* yang lebih positif merupakan keuntungan yang telah dikemukakan (Griffin dalam Hurriyati, 2015:129). Untuk menjaga loyalitas pelanggan perusahaan harus melakukan beberapa tindakan positif untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Beberapa hasil penelitian yang terkait dengan kualitas produk, kepuasan dan loyalitas pelanggan antara lain Kurniawati et al. (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel kualitas produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, variabel citra merek berpengaruh langsung dan tidak signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, variabel kualitas produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Sembiring et al. (2014b) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Studi pada Pelanggan McDonald’s MT.Haryono Malang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan, variabel kualitas pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, variabel kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama membahas variabel kualitas produk sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel independen lainnya, dalam Kurniawati et al. (2016) variabel melakukan penelitian dengan 4 variabel independen yaitu citra merek, kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian terdahulu oleh Sembiring, Suharyono, and Kusumawati (2014a) yang membedakan dengan penelitian ini yaitu variabel independennya adalah kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

Pemilihan percetakan Yesika sebagai tempat penelitian ialah untuk mengetahui apakah kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan yang menggunakan jasa dari percetakan Yesika. Berdasarkan dari sumber data yang didapatkan apabila dilihat dari segi kualitas produk yang mendasari adanya penelitian ini adalah hasil yang diperoleh kurang memuaskan seperti tinta cetak

yang kurang jelas, kurangnya kerapian dalam penjiplakan dan kurangnya kualitas desain produk. Adapun tujuan dalam penelitian ini dilihat dari segi kualitas produk yang terdapat di percetakan Yesika yaitu untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas dari konsumen maupun pelanggan dengan cara memperbaiki kualitas produk yang ada sehingga menghasilkan produk yang memuaskan dan pelanggan akan tetap loyal.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada percetakan Yesika untuk meningkatkan kepuasan dan membentuk loyalitas pelanggan, oleh sebab itu peneliti mengangkat judul penelitian tentang “Pengaruh kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan dan membentuk loyalitas pelanggan pada percetakan Yesika di Lumajang”.

1.2 Batasan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang pada sub bab sebelumnya peneliti telah membuat beberapa batasan untuk fokus pada satu topik permasalahan dan mencegah penelitian berkembang terlalu luas. Beberapa batasan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini hanya meneliti tentang manajemen pemasaran khususnya kualitas produk, kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- b. Kualitas produk yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah persepsi responden atas kualitas produk dengan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

- c. Loyalitas pelanggan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah persepsi responden atas loyalitas pelanggan adalah kecenderungan pelanggan untuk memilih nilai organisasi yang ditawarkan di atas alternatif tawaran organisasi pesaing.
- d. Kepuasan pelanggan yang maksud dalam penelitian ini adalah merupakan perasaan pelanggan akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) yang di harapkan.
- e. Responden yang di gunakan pada penelitian ini adalah maysarakat yang menggunakan jasa percetakan Yesika di Kabupaten Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan upaya untuk menyatakan secara tersurat pertanyaan-pertanyaan yang hendak dicarikan jawabannya. Perumusan masalah merupakan pernyataan yang lengkap dan rinci mengenai ruang lingkup masalah yang akan diteliti berdasarkan identifikasi dan pembahasan masalah. Untuk memperjelas permasalahan yang diteliti dan agar penelitian ini dapat dilaksanakan sebaik-baiknya, maka peneliti merumuskan permasalahan peneliti ini sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Yesika di Kabupaten Lumajang?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada percetakan di Yesika di Kabupaten Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Yesikadi Kabupaten Lumajang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada percetakan Yesikadi Kabupaten Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi:

- a. Bagi Peneliti

Untuk dapat membandingkan dan mempraktikkan teori-teori yang telah di terima selama perkuliahan dengan cara meneliti suatu perusahaan tertentu khususnya tentang kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

- b. Bagi Percetakan Yesika

Penelitian pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan guna meningkatkan loyalitas pelanggan merupakan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam memutuskan kebijakan yang tepat dan akurat serta menambah informasi bagi perusahaan.

- c. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan peran kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

- d. Bagi STIE Widya Gama Lumajang

Penelitian pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan guna meningkatkan loyalitas pelanggan merupakan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi yang digunakan untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut dan sebagai tambahan koleksi bahan pustaka bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang yang dapat digunakan oleh para mahasiswa yang sedang mengkaji materi yang sama.

