

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bersamaan dengan persaingan bisnis yang saat ini mulai bertambah, dan di picu oleh modernisasi dan kemajuan teknologi, hal tersebut membuat pengusaha harus terus melakukan pembaruan guna memenuhi kebutuhan konsumen, dan tidak kalah penting bagi bisnis di sektor jasa percetakan.

Percetakan (*PRINTING*) merupakan teknologi yang memproduksi salinan dari sebuah softfile menjadi bentuk hardfile dengan waktu yang cepat, seperti dokumen-dokumen dari aplikasi Ms. Word, Ms. Excel, Power Point, dll, yang kemudian di cetak di atas kertas. Disetiap harinya, terdapat milyaran bahan cetak diproduksi seperti : buku, kalender, majalah, koran, poster, undangan, dll. Hal ini dikarenakan sudah mulai berkembangnya teknologi pada era saat ini dan mulai banyak perusahaan besar yang pastinya pada setiap harinya membutuhkan banyak mencetak dokumen penting bagi perusahaan.

Dengan semakin banyaknya pengusaha percetakan saat ini, maka pengusaha percetakan akan Lebih baik jika dapat memahami karakteristik dari target konsumen dan lebih kreatif dalam segi mendesain, teliti dalam mengetik, memberikan kualitas produk yang terbaik, supaya konsumen percetakan tersebut merasa puas dengan hasil yang didapatkan dan sesuai dengan apa yang konsumen inginkan, karena tidak sedikit konsumen yang mengeluh akibat kualitas pelayanan, seperti : empati dan komunikasi yang kurang baik kepada konsumen, ekspresi wajah yang bisa di katakan kurang memberikan senyuman kepada konsumen, proses pengerjaan yang lama. Kemudian keluhan konsumen mengenai harga yang tidak sesuai

dengan kualitas produk, dalam artian pengusaha percetakan mengambil keuntungan yang terbilang banyak tanpa memperhatikan kualitas dari produk yang di sajikan kepada konsumen sehingga konsumen merasa kurang puas dengan harga dari produk tersebut. Setelah itu keluhan konsumen mengenai kualitas produk yang diberikan kepada konsumen, contohnya yaitu hasil cetak dari printer yang kurang presisi sehingga membuat konsumen mencetak ulang dokumen tersebut, hal yang terlihat sepele seperti contoh tersebut harus di perhatikan dan diteliti dengan baik, dikarenakan kualitas produk merupakan salah satu penggerak kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono dalam Aditya, (2011:23) keberhasilan perusahaan dalam memberikan jasa yang berkualitas kepada pelanggannya, pencapaian pasar yang tinggi, dan peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Kualitas pelayanan juga merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik. Dengan pelayanan yang ramah, persepsi konsumen terhadap perusahaan pengguna jasa akan baik. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap pengguna jasa dapat berpengaruh besar dalam segi kenyamanan konsumen tersebut, dikarenakan hal pertama dalam jual beli adalah komunikasi, jika tahap awal komunikasi ini sudah baik dalam artian ramah dengan konsumen, maka tingkat kenyamanan konsumen terhadap perusahaan akan bertambah.

Penjelasan kualitas pelayanan di atas berkelanjutan pada variabel harga, penjelasan mengenai harga dari Kotler dan

Armstrong dalam Ody Yustiawan (2016) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga dari suatu produk di haruskan seimbang dengan kualitas itu sendiri, apabila harga suatu produk tersebut tinggi maka kualitas produk juga harus sesuai dengan harga yang di tentukan, dalam arti harus bisa memuaskan konsumen dengan begitu konsumen tidak merasa di rugikan dan begitu juga sebaliknya, jika harga suatu produk tersebut relatif murah sebaiknya kualitas dari produk tersebut juga tidak murahan, dalam artian ketika suatu produk tersebut murah setidaknya tidak menurunkan kualitas produk yang di sajikan kepada konsumen, sehingga konsumen mearasa puas dengan harga yang terbilang murah dengan kualitas yang standart dan juga perusahaan tidak rugi dengan ketentuan harga tersebut.

Pemaparan pada variabel harga berkelanjutan pada variabel kualitas produk, dan dijelaskan oleh Assauri dalam Arumsari (2012:45) kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena hasil akhir dari kepuasan konsumen adalah kualitas produk, suatu produk di anggap berhasil apabila konsumen sudah merasa puas dengan hasil produk yang di sajikan oleh perusahaan terhadap konsumen dan konsumen tidak merasa di rugikan dengan hasil tersebut.

Assauri dalam Rina Sukmawati (2018) Kepuasan konsumen merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan konsumen terhadap masa depan bisnis perusahaan. Kepuasan

konsumen senantiasa menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan. Kepuasan konsumen sangat diperlukan bagi pemilik usaha karena untuk bahan evaluasi, karena jika hasil yang kita berikan tidak dapat memberikan rasa puas bagi pelanggan kita, maka akan menurunkan rasa kesetiaan terhadap jasa yang kita berikan.

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan di atas mengenai kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen disini penulis bertujuan untuk melakukan penelitian di STK Digital Solution. STK Digital Solution sendiri adalah sebuah nama toko percetakan yang bertempat di menanggal, dan alasan penulis melakukan penelitian di tempat tersebut adalah karena toko STK Digital Solution memiliki system yang berbeda pada umumnya yang mana biasanya toko percetakan memiliki outlet sendiri, sedangkan di STK Digital Solution menggunakan media sosial sebagai platform pemasarannya dan outletnya berada di kosan dan kurang strategis, sedangkan di menanggal sendiri terdapat banyak toko percetakan dengan tempat yang strategis, oleh sebab itu penulis tertarik melakukan penelitian di STK Digital Solution, dengan harapan bisa mendapatkan hasil yang maksimal mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk sehingga penulis mendapatkan ilmu yang baru dan dapat memecahkan masalah dari keluhan konsumen. Maka dari itu penulis melakukan penelitian ini dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STK DIGITAL SOLUTION".

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen STK Digital Solution?

2. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen STK Digital Solution?
3. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen STK Digital Solution?
4. Apakah Kualitas pelayanan, Harga, Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen STK Digital Solution?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen STK Digital Solution.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen STK Digital Solution.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen STK Digital Solution.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan, harga, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen STK Digital Solution.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat untuk berbagai kalangan, di antara lain :

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca dan menambah pengetahuan tentang perilaku konsumen khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, harga, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan Penelitian ini merupakan sarana penerapan antara ilmu perilaku konsumen yang di pelajari selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi di lapangan.

b. Bagi perusahaan

Membantu perusahaan supaya kedepannya lebih mengetahui bagaimana memberikan layanan yang berkualitas kepada konsumen, harga yang sesuai serta penyajian produk yang berkualitas.

c. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan sebagai refrensi bagi peneliti berikutnya, terutama bagi mahasiswa manajemen pemasaran.