

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Dewasa ini, industri percetakan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hal ini dikarenakan kebutuhan produk-produk percetakan (*wedding card, neon box, flyer, food grade, sticker, paper bag, block notes, hangtag, pricetag* dan lain-lain) banyak dibutuhkan oleh masyarakat dalam setiap *company product* perusahaan. Sejak tahun 2010 jumlah perusahaan Grafika di Indonesia diperkirakan telah mencapai 35.000 perusahaan. Peningkatan ini juga didukung melalui data impor mesin cetak industri Grafika yang naik 40% di tahun 2016 menjadi US\$392 juta dibandingkan dengan impor pada 2015 yang hanya US\$280 juta (Jati, 2011).

Di sisi lain, usaha *wedding card* memiliki prospek yang cukup baik kedepannya, mengingat tingginya permintaan konsumen terhadap berbagai macam varian produk *wedding card*. Diperkirakan lebih dari dua juta pasangan menikah setiap tahunnya. Pangsa pasar pernikahan di Indonesia terus berkembang dan diperkirakan bernilai sekitar US\$ 7 miliar. Bahkan, angka ini mendekati pendapatan industri pariwisata pada tahun 2016 yang bernilai sekitar US\$ 11 miliar (marketeers 2016).

Bagi konsumen, undangan pernikahan yang bagus, unik dan murah merupakan impian setiap pasangan yang ingin melangsungkan pernikahan. Undangan pernikahan yang sesuai dengan keinginan memiliki arti dan kesan

tersendiri oleh para konsumen. Kepuasan konsumen merupakan salah satu aspek yang seharusnya diperhatikan oleh pengelola usaha. Dalam hal lain kepuasan konsumen yang menjadi ujung dari keberhasilan pengelolaan usaha karena kepuasan konsumen menjadi indikator keberhasilan suatu usaha untuk dapat bersaing.

Kesulitan bagi pengelola percetakan kartu undangan adalah produk undangan pernikahan sendiri memiliki variasi yang beragam, tidak hanya dari jenis namun juga dari segi *design, proving, hotprint, emboss*, hingga *finishing* yang *dilengkapi* dengan ornamen-ornamen pendukung beserta pengemasan (*packaging*) yang menarik. Jenis undangan pernikahan sendiri memiliki tiga jenis khusus diantaranya terdiri dari *soft cover, hard cover*, dan *pop art* atau tiga dimensi berbentuk kertas ataupun kerajinan (*craft*) yang telah mengalami berbagai proses pembuatan. Hal ini memberikan ekspektasi yang sangat tinggi untuk diperhatikan dalam menjaga kepuasan konsumen.

Menurut Oliver (2007) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di dalam pasar. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan.

Menurut Kotler (2009) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta umum baik dari segi internal maupun eksternal.

Upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen diantaranya adalah memperhatikan berbagai faktor yang dianggap dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satu diantaranya adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi yang diharapkan dapat meningkatkan minat beli para calon konsumen. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi menjadi faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Kartikasari, 2013; Widodo, 2012 dan Praseetyo, 2015). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga faktor (kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi) menjadi faktor-faktor penentu bagi kepuasan konsumen, termasuk diantaranya trend produk yang meningkat, volume penjualan yang meningkat, serta perkembangan perusahaan berdasarkan data - data tahun 2010 sampai dengan tahun 2016 *wedding card* CV INDIRA CREATIVE.

Pengertian dari kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Kotler dan Amstrong 2007). Sedangkan pengertian kualitas pelayanan adalah penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan

organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Tasunar 2006). Pengertian dari promosi sendiri adalah komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen (Alma 2006).

Berdasarkan fenomena teori dan fenomena usaha tersebut diatas, peneliti sangat tertarik untuk meneliti perusahaan CV INDIRA CREATIVE secara lebih lanjut yang dikenal sebagai salah satu perusahaan percetakan yang bersaing tidak hanya dalam mendapatkan konsumen, namun juga untuk mendapatkan teknologi terbaru. Dikhususkan pada usaha *wedding card*, karena usaha *wedding card* memiliki prospek yang cukup baik kedepannya, mengingat tingginya permintaan konsumen terhadap berbagai macam varian produk *wedding card*.

Mengingat pentingnya upaya meningkatkan kepuasan konsumen pada produk *wedding card* CV INDIRA CREATIVE serta melalui analisa terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Wedding Card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA “.

## **B. Batasan Penelitian**

Berdasarkan Latar Belakang di atas maka batasan penelitian yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Objek penelitian yang diangkat dalam penelitian ini adalah konsumen wedding card CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.
2. Variabel kualitas produk dibatasi pada *product tangible* / berwujud yang meliputi Bentuk (*Form*), Ciri-ciri produk (*Features*), Kinerja (*Performance*), Ketepatan/kesesuaian (*Conformance*), Ketahanan (*Durability*), Keandalan (*Reliability*), Gaya (*Style*) dan Desain (*Design*).
3. Variabel kualitas pelayanan dibatasi pada *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (cepat tanggap), *Assurance* (kepastian), *Empaty* (empati) dan *Tangible* (berwujud).
4. Variabel promosi hanya dibatasi pada periklanan.

## **C. Rumusan Masalah**

Atas dasar uraian latar belakang diatas, penting kiranya dilakukan suatu penelitian yang mampu memberikan jawaban atas pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen. Perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *wedding card* pada CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.

2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.
3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.
5. Variabel manakah diantara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan Masalah tersebut, maka dapat disusun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *wedding card* pada CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.

5. Untuk menganalisis variabel manakah diantara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dapat dikemukakan menjadi :

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini merupakan salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan dan melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan apabila kelak menghadapi masalah terutama yang erat hubungannya dengan tingkat kepuasan konsumen. Penelitian ini juga diharapkan memberikan tambahan pengetahuan tentang manajemen pemasaran terutama mengenai tingkat kepuasan konsumen.

2. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau bahan pembandingan bagi penelitian selanjutnya yang sejenis.

3. Bagi galeri / perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi manajemen perusahaan mengenai faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen *wedding card* di CV INDIRA CREATIVE. Selain itu juga diharapkan dapat membantu perusahaan dalam

mengevaluasi kebijakan pemasaran yang harus diambil terkait dengan apa yang menjadi kebutuhan dan selera konsumennya.

#### 4. Bagi calon konsumen galeri / perusahaan *wedding card*

Hasil penelitian bisa menjadi bahan pertimbangan bagi calon konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli produk *wedding card* di CV INDIRA CREATIVE.

### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan diperlukan agar mendapatkan suatu gambaran mengenai permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka dibutuhkan suatu uraian yang sistematis. Uraian tersebut disajikan peneliti dengan sistem per-bab. Sistematika yang digunakan dalam penyusunan karya tulis ini terdiri dari 6 bab, yaitu :

#### **BAB 1**                      **Pendahuluan**

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II**                     **Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini membahas mengenai kajian pustaka yang berisikan kajian teori yang berhubungan dengan

permasalahan untuk dijadikan kajian dalam melakukan penelitian, penelitian sebelumnya, serta kerangka penelitian dan hipotesis.

### BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini membahas mengenai lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode *sampling* yang ditempuh, variabel dan definisi operasional, pengukuran variabel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

### BAB IV Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada bab ini membahas mengenai gambaran perusahaan CV. INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.

### BAB V Pembahasan atau Analisis Data

Pada bab ini membahas mengenai analisa data penelitian dan pembahasan yang diambil berupa penjelasan teoritik baik secara kuantitatif, maupun kualitatif sesuai dengan tujuan penelitian.

### BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan, selanjutnya dapat memberikan saran yang berguna bagi kemajuan perusahaan.