

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era digital menjadi salah satu hal penting yang dapat mewarnai pengembangan lingkungan bisnis. Termasuk globalisasi digital di bidang perekonomian, Hal ini mempunyai banyak implikasi terhadap liberalisasi perdagangan global saat ini, tidak menutup kemungkinan, hampir setiap negara akan membuka pasar seluas-luasnya untuk mengejar suatu ketertinggalan baik di bidang Bisnis, Ekonomi dan Teknologi. Teknologi informasi dan komunikasi telah memudahkan kegiatan operasional perusahaan untuk memperluas ruang lingkup perdagangan tanpa adanya batasan-batasan yang dapat menghambat ekspansi kemajuan perusahaan.

Dalam era bisnis saat ini, tingkat persaingan bisnis di Indonesia sangat ketat karena setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar mereka untuk menjangkau konsumen baru. Salah satu bisnis yang merasakan ketatnya persaingan saat ini yaitu sektor bisnis jasa percetakan. Usaha percetakan di Indonesia sendiri sudah berkembang pesat, mulai dari usaha rumahan hingga perusahaan. Banyak perusahaan *digital printing* bahkan tidak memiliki mesin sendiri, dan menjadi perantara atau *broker* yang memproses pesanan konsumen untuk kemudian pesanan tersebut diteruskan kepada *partner* yang memiliki mesin *printing*.

Diketahui kini percetakan- percetakan besar di Indonesia sudah mulai mengadopsi teknologi *computer to press* berupa *direct imaging* (memakai master) dan *computer to print* (tanpa master) yang banyak menggunakan teknologi mesin digital printing. Bahkan percetakan kini sudah melengkapi peralatannya tidak hanya untuk urusan pra-pengepresan, tapi juga pasca-pengepresan (proses pengepresan seperti memotong, mengikat, melipat,

menjahit, mengembos, dan lain-lain), sehingga percetakan menjadi bisnis *one stop service* yang makin berkembang.

Aneka Jaya Printing adalah percetakan *digital printing* yang berlokasi di Kota Bekasi dan berpengalaman di dunia *digital printing* lebih dari 12 tahun sejak tahun 2010. Aneka Jaya Printing menawarkan berbagai layanan mulai dari percetakan *digital printing* kaos, kotak kemasan, *custom emoney*, brosur, *flyer*, *roll banner*, photo, *Sticker*, *id card*, dan masih banyak lagi. Perusahaan ini terus berekspansi dengan mendatangkan mesin cetak terbaru dan berbagai infrastruktur pendukung untuk meningkatkan kapasitas produksinya serta memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen. Pemahaman terhadap perilaku dan sikap konsumen sangat memengaruhi tingkat produksi produk cetakan di perusahaan ini. Percetakan *digital printing* adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa, sehingga hal yang harus dilakukan adalah memberikan kualitas produk yang terbaik, harga yang terjangkau dan tentunya membuat kepuasan kepada konsumen. Dari kualitas produk dan harga tentunya harus menciptakan kepuasan bagi konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2018:138) Kepuasan konsumen menjadi peran penting dalam keberhasilan dan kemajuan dari sebuah bisnis. Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, konsumen akan tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan harapan, maka konsumen akan puas.

Kualitas produk, menurut Sobari & Gunawan (2021:491) sangat memengaruhi keberhasilan dan perkembangan suatu usaha. Menghasilkan produk yang berkualitas tinggi akan membawa keuntungan dibandingkan menghasilkan produk yang berkualitas rendah. Artinya konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang wajar atau relatif terjangkau dan kualitas yang baik. Kualitas produk merupakan hal yang perlu menjadi perhatian utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas suatu produk kaitanya erat

dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.

Kualitas produk tentu akan berbanding lurus dengan harga yang di tawarkan. Sehingga perlu mengetahui terlebih dahulu pengertian dari harga agar mengetahui keterkaitannya. Umam (2019:28) menjelaskan bahwa harga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen ketika membeli suatu produk pada suatu perusahaan karena harga produk memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Masih menurut Umam (2019:28), dapat dipahami bahwa harga merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, persoalan harga juga harus diperhatikan kaitannya dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan narasumber selaku pemilik Aneka Jaya Printing yakni bapak Chandra dapat diindikasikan bahwa struktur pasar persaingan industri *digital printing* yang terdapat di Bekasi cenderung mengarah pada persaingan sempurna. Menurut Rizky (2020: 7-9) suatu pasar dikatakan persaingan sempurna apabila:

1. Produk dari seluruh perusahaan dalam pasar adalah homogen.
2. Informasi yang sempurna (*perfect knowledge*) tentang harga dan biaya.
3. Terdapat kebebasan mobilitas sumber daya yang sempurna.
4. Adanya ketentuan harga pasar (*Price Taker*)
5. Terdapat banyak penjual dan pembeli.

Dalam pasar persaingan sempurna, suatu perusahaan tidak dapat sepenuhnya menentukan harga atau disebut *price taker*. Dalam situasi *price taker*, terdapat banyak perang tarif antar perusahaan yang menyebabkan profit margin perusahaan semakin tipis. Di samping tuntutan untuk terus berinovasi, para pelaku usaha *digital printing* khususnya di Bekasi tentunya juga menghadapi lingkungan persaingan yang terindikasi mengarah ke persaingan sempurna yang menyebabkan adanya profit margin yang tipis, tentunya tuntutan tersebut memaksa manajemen perusahaan untuk mengambil strategi yang tepat agar dapat terus bertahan serta tumbuh berkembang.

Tabel 1. 1
Data Penjualan Aneka Jaya Printing Periode Januari – April 2022

Bulan	Tahun (Rp)	
	2022	
Januari	Rp	80,042,100
Februari	Rp	61,245,750
Maret	Rp	70,546,000
April	Rp	54,785,300
Total	Rp	911,801,950

Sumber: Aneka Jaya Printing, 2022.

Sebagai perusahaan yang bergerak di dunia *digital printing* dan banyak berkembang bisnis serupa, Aneka Jaya Printing mampu menunjukkan keberadaannya yang masih aktif dan berkembang sampai sekarang. Bermula dari satu toko dan hingga sekarang telah mengembangkan bisnisnya hingga Aneka Jaya Printing mampu mempunyai puluhan cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Pencapaian Aneka Jaya Printing ini terbilang sukses. Aneka Jaya Printing tergolong ke dalam perusahaan menengah dengan perkiraan total aset khususnya di cabang Bekasi dari tahun 2016 sebesar Rp. 15 miliar dari omset penjualan per tahun sebesar Rp. 1-1,5 miliar.

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dijelaskan bahwa pada tahun 2022 pada triwulan 1 mengalami penurunan yang disebabkan oleh penurunan omset dan diakibatkan dari perilaku konsumen Aneka Jaya Printing yang tidak loyal dengan hanya melakukan pembelian satu kali, hal ini didukung dengan banyaknya perusahaan sejenis *digital printing*, menyebabkan semakin banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru sehingga membuat persaingan semakin ketat.

Tabel 1. 2
Data Jumlah Konsumen yang Melakukan Transaksi Pembelian Aneka
Jaya Printing Januari – April 2022

Bulan	Tahun (Konsumen)
	2022
Januari	665
Februari	652
Maret	649
April	644
Total	2610

Sumber: Aneka Jaya Printing, 2022.

Urgensi dilakukannya penelitian ini terlihat jelas pada Tabel 1.2, dimana pada triwulan I tahun 2022 terus mengalami penurunan, data diambil pada tahun 2022 dikarenakan adanya kemudahan akses untuk mengolah data ditahun 2022 dibanding 2021 dan 2020. Penurunan ini diduga karena tingkat kepuasan konsumen pada Aneka Jaya Printing yang rendah serta dilihat dari sifat konsumen aneka jaya printing sendiri yang tidak loyal dan hanya melakukan pembelian hanya sekali saja. Rendahnya kepuasan konsumen menyebabkan kerugian yang akhirnya kehilangan konsumennya, menjaga kepuasan konsumen merupakan hal penting yang harus dipertahankan agar tetap setia dalam menggunakan produk baik barang ataupun jasa dari perusahaan tersebut. Hal ini membuat perusahaan terus berusaha meningkatkan mutu dan servis kepada konsumen.

Para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan. Perusahaan juga harus dapat memaksimalkan dan meningkatkan *profit margin*

agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan yang sejenis. Saat ini konsumen lebih memilih produk yang berharga murah namun memiliki kualitas yang baik.

Tabel 1. 3
Perbandingan Harga Produk *Digital Printing* Unggulan Kompetitor di Bekasi

No	Nama Perusahaan	Macam-Macam Harga Produk			
		Gantungan Kunci	AP 120/150	Banner Flexi 340	DTF
1	Aneka Jaya Printing	Rp 8,000	Rp 3,700	Rp 30,000	Rp 15,000
2	TGM	Rp 5,000	Rp 3,100	Rp 22,000	Rp 15,000
3	Prima Graphia	Rp 9,599	Rp 4,000	Rp 16,500	Rp 22,000
4	Warna Grafika	Rp 8,500	Rp 5,000	Rp 15,000	Rp 23,000
5	CAD	Rp 8,500	Rp 7,800	Rp 32,000	Rp 16,500
6	Bocah	Rp 10,000	Rp 6,500	Rp 22,000	Rp 15,500
7	Indostar	Rp 8,500	Rp 6,500	Rp 25,000	Rp 17,000

Sumber: Data diolah oleh Herlinda, 2022.

Berdasarkan tabel 1.3 berikut ini dapat dilihat banyaknya pesaing Aneka Jaya Printing yang menawarkan produk yang sama kepada masyarakat khususnya di daerah Bekasi. Salah satu pesaing terberat Aneka Jaya Printing adalah TGM yang memproduksi produk sejenis dengan kualitas bahan yang sama dengan harga yang jauh lebih terjangkau. Ketatnya persaingan dalam industri *digital printing* khususnya print A3+ membuat perusahaan meningkatkan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama untuk memenangkan persaingan. Konsumen yang puas biasanya membeli kembali produk tersebut tanpa memikirkan untuk membeli produk pesaing.

Untuk mengetahui faktor mana yang mendominasi dilakukan pra-survei dengan mengajukan pertanyaan kepada 30 responden yang melakukan

kunjungan ke Aneka Jaya Printing Bekasi Selatan. Survei pendahuluan ini dilakukan pada 02 Februari 2022. Hasil survei pendahuluan adalah sebagai berikut.

Tabel 1. 4
Data Keluhan Terkait Kualitas Produk Aneka Jaya Printing di Bekasi Tahun 2022

No	Keluhan	Jumlah Keluhan
		2022
1	Kualitas Cetak yang dihasilkan tidak sesuai permintaan <i>design</i> (warna belang)	3
2	Kualitas lem <i>sticker</i> terlalu rekat sehingga tertarik dengan <i>backpaper</i> sehingga <i>sticker</i> tidak bisa digunakan	5
3	Kualitas <i>cutting</i> dan <i>print</i> yang tidak presisi membuat produk <i>sticker</i> tidak bisa terpakai sama sekali	4
4	<i>Id card</i> mudah patah dan rusak	5
5	Stempel salah logo perusahaan	3
6	Kualitas produk Brosur sangat tipis	6
7	X-Banner warnanya mudah pudar	4
Jumlah		30

Sumber: Hasil Survei, 2022.

Berdasarkan tabel 1.4 di atas, dapat dijelaskan tanggapan responden melalui penyebaran wawancara kepada 30 responden yang pernah mengunjungi serta melakukan pembelian minimal satu kali pembelian. Semua produk Aneka Jaya Printing memiliki keluhan konsumen terkait kualitas produk bila mendapatkan produk yang tidak sesuai keinginan, dan ingin menukar kembali produk tersebut karena tidak sesuai dengan ketentuan klaim kualitas hasil cetak

yang sudah ditetapkan. Meskipun kualitas bahan baku *sticker* yang digunakan sudah merupakan kualitas terbaik.

Dapat disimpulkan bahwa Produk Aneka Jaya Printing belum dapat memenuhi kualitas produk yang diharapkan konsumen. Mengenai Kualitas *print* dan *cutting* dari Aneka Jaya Printing, konsumen menyatakan bahwa kualitas *print* dan *cutting* dari Aneka Jaya Printing kurang diperhatikan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dari Aneka Jaya Printing kurang baik karena belum dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumennya. Kualitas unggulan dari produk Aneka Jaya Printing biasanya dilihat langsung oleh konsumen atau berupa foto dan gambar pada *flyer* dan media sosial sebagai informasi mengenai harga, ukuran dan warna. Kualitas suatu produk yang sudah di tampilkan tergantung bagaimana konsumen itu sendiri yang menilainya dan setiap konsumen berbeda-beda tanggapannya mengenai kualitas produk tersebut.

Dengan demikian Aneka Jaya Printing tentunya harus mampu meningkatkan kualitas produk serta memanfaatkan kualitas bahan baku yang mereka miliki untuk dapat membuat konsumen merasa terkesan dan puas. Dan meningkatkan kepuasan para konsumennya dengan cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan bagi para konsumen dan menghilangkan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi para konsumen.

Menurut Sandro (2022:19) dalam penelitiannya memaparkan bahwa kualitas produk menjadi variabel yang sangat penting dalam kepuasan konsumen. Kualitas produk yang baik berasal dari kontrol kualitas yang baik pula. Untuk itu diperlukan pengendalian kualitas mutu agar produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas mutu yang sesuai.

Tabel 1. 5
Data Keluhan Terkait Harga Pada Aneka Jaya Printing di Bekasi Tahun 2022

No	Keluhan	Jumlah Keluhan
		2022
1	Aneka Jaya Printing jarang memberikan diskon khusus, <i>voucher</i> , atau promosi lain.	6
2	Harga produk <i>digital print</i> A3+ Aneka Jaya Printing lebih mahal dari printing yang lain	15
3	Harga produk Print <i>digital print</i> A3+ Aneka Jaya Printing tidak sesuai dengan kualitas produk yang di iklankan	9
Jumlah		30

Sumber: Hasil Survei, 2022.

Berdasarkan tabel 1.5 di atas, menunjukkan bahwa sebanyak enam responden menyatakan aneka jaya printing tidak memberikan informasi promosi yang jelas seperti diskon khusus, *voucher* atau *cashback*. Lima belas responden menyatakan dari segi Produk Aneka Jaya Printing dapat dilihat bahwa harga Produk Aneka Jaya Printing kurang dapat bersaing dengan para pesaing, kurang bersaingnya harga dari produk Aneka Jaya Printing dapat diartikan bahwa Aneka Jaya Printing menawarkan harga yang cukup mahal untuk ukuran *Digital Printing* dibandingkan dengan para pesaingnya, atau dapat juga diartikan pesaing aneka jaya printing menawarkan harga yang terlalu murah, Sembilan responden menyatakan bahwa harga produk print A3+ Aneka Jaya Printing tidak sesuai dengan kualitas produk yang di iklankan.

Hasil ini menyimpulkan bahwa konsumen tidak sepenuhnya puas dengan harga yang ditawarkan Aneka Jaya Printing, namun harga yang digunakan sudah kompetitif. Oleh karena itu, Aneka jaya printing harus mampu memanfaatkan fitur dan keterjangkauannya harga untuk memberikan kepuasan sesuai harapan konsumen.

Menurut Pratama (2023:109) menyatakan bahwa faktor harga juga merupakan faktor penting yang membantu dalam menciptakan kepuasan pelanggan dalam pembelian terhadap produk. Konsumen menginginkan harga produk yang sesuai dengan kualitas dari produk yang bersangkutan. Penetapan harga oleh pelaku bisnis harus disesuaikan dengan lingkungan dan perubahan yang terjadi. Hal tersebut akan memengaruhi konsumen sebelum memutuskan pembelian karena konsumen akan mencari tau harga dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan membelinya.

Harga memengaruhi bagaimana konsumen menilai produk mereka. Ketika harga suatu produk tinggi, konsumen mengharapkan produk tersebut berkualitas tinggi. Jika harga produk terlalu rendah, konsumen akan mempertanyakan kualitas produk. Artinya, agar konsumen merasa puas ketika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dibelinya, maka harga produk harus sesuai dengan kualitas produk.

Harga juga sangat menentukan kepuasan konsumen karena dengan adanya produk yang murah dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Harga merupakan faktor yang sangat penting diperhatikan dalam pemasaran, bukan saja kualitas tetapi harga juga yang paling utama diperhatikan karena masyarakat kebanyakan lebih tertarik dengan harga yang murah, *fenomenologi* ini sangat kental dijumpai di masyarakat bahwa kebanyakan terlihat masyarakat lebih tertarik dengan harga yang murah dari pada memperhatikan kualitasnya. Harga yang murah dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Tabel 1. 6
Data Keluhan Terkait Kepuasan Konsumen Pada Aneka Jaya Printing di Bekasi Tahun 2022

No	Keluhan	Jumlah Keluhan
		2022
1	Karyawan Aneka Jaya Printing kurang memahami permintaan konsumen	2
2	Varian produk Sticker Aneka Jaya Printing yang ditawarkan kurang lengkap dengan kebutuhan customer	4
3	Kurangnya <i>service</i> yang diberikan karyawan Aneka Jaya Printing tidak sesuai dengan 3S (Senyum, sapa dan salam	6
4	Mesin cetak sering rusak yang mengakibatkan konsumen menunggu lama	3
5	Kurangnya karyawan, sehingga pada saat konsumen membutuhkan informasi harus mencari petugas terlebih dahulu	4
6	Kasir kurang dalam memberikan uang kembalian konsumen	3
7	Harga di kasir belum ter-update dengan baik sehingga terjadi perbedaan harga dengan yang diinfokan pada display harga	3
8	Jika adanya keluhan dari konsumen tidak segera direspon	5
Jumlah		30

Sumber: Hasil Survei, 2022.

Berdasarkan tabel 1.6 di atas, dapat dijelaskan tanggapan responden melalui penyebaran wawancara kepada 30 responden yang pernah mengunjungi serta melakukan pembelian minimal satu kali pembelian. Menunjukkan bahwa konsumen belum merasa cukup puas dengan pelayanan aneka jaya printing. Dengan adanya konsumen yang mengeluh, maka dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen pada aneka jaya printing di Bekasi berada dalam kondisi tidak terpenuhi harapannya. Kepuasan konsumen yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian

perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari konsumen. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas produk dan harga yang memuaskan.

Umam (2019:28), dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Kepuasan Konsumen dapat berdampak bagi perkembangan suatu usaha, karena peran konsumen sangatlah penting dalam penjualan atau suatu usaha. Bila kinerja atau pelayanan melebihi harapan, mereka akan merasa puas dan begitu juga sebaliknya jika kinerja tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa kecewa dan berdampak buruk untuk suatu usaha.

Dari definisi di atas diketahui bahwa, kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk, jasa atau merek yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima tersebut dengan harapan konsumen. Artinya konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa atau merek, kemungkinan besar akan terus membelinya dan memberitahukan kepada orang lain perihal pengalaman-pengalaman menyenangkan yang dirasakannya dengan produk, jasa atau merek tersebut. Bila tidak puas, kemungkinan besar konsumen akan berganti produk, jasa atau merek dan mengadakan keluhan kepada produsen barang, pengecer, dan konsumen lain.

Terdapat beberapa faktor salah satunya yang terbukti dapat memuaskan konsumen. Seperti kualitas produk dan harga. Hal terpenting yang dilakukan konsumen dalam memilih suatu produk adalah kualitas produk tersebut. Konsumen yang membeli produk *digital printing* akan mempertimbangkan kesesuaian produk, umur simpan, dan daya tarik kemasan produk. Kualitas produk yang buruk menyebabkan konsumen berpikir ulang saat membeli produk tersebut. Kualitas yang baik dan memenuhi harapan konsumen merupakan ukuran kepuasan konsumen.

Menurut Rudy Chandra selaku pemilik Aneka Jaya Printing beliau mengungkapkan bahwa bisnisnya telah berjalan sejak lama, dan menjadi percetakan besar yang ada di Bekasi, walaupun usaha ini telah berjalan lama,

tentu masih ditemukan hambatan – hambatan yang harus dijalankan, hambatan-hambatan tersebut berasal dari dalam atau biasa disebut dengan hambatan *internal* dan hambatan dari luar atau biasa disebut hambatan *eksternal*.

Di sini Bapak Chandra memaparkan bahwa keluhan-keluhan mengenai kualitas produk dan harga tersebut perlu di evaluasi karena data komplain tersebut menunjukkan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap perusahaan baik dari segi kualitas produk dan harga dengan begitu perusahaan perlu mengatur strategi untuk meminimalisir komplain konsumen dan selalu mengutamakan *best performance* untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari penurunan jumlah omset Aneka Jaya Printing dari bulan Januari 2022 hingga April tahun 2022. Jika dibiarkan, tentu hal ini dapat membuat Aneka Jaya Printing akan mengalami kerugian yang sangat besar.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik Aneka Jaya Printing menyatakan bahwa persaingan bisnis percetakan mengalami peningkatan, hal ini menimbulkan persaingan usaha semakin ketat. Pemilik Aneka Jaya Printing menyatakan bahwa untuk menghadapi hambatan yang ada serta untuk mencapai tujuan, maka perusahaan dapat mendorong tingkat penjualan dengan memberikan kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang mereka terima untuk dapat menunjukkan kepuasannya terhadap suatu produk dan meningkatkan minat beli konsumen dalam membeli produk-produk Aneka Jaya Printing. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Umam (2019:123), Sandro (2022:24), Riskawati, Sissah, dan Mutia (2020:118) di mana dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Namun, untuk dapat menghasilkan kualitas produk yang baik, akan menimbulkan kenaikan harga karena bahan baku yang lebih mahal. Hal inilah yang menjadi kelemahan Aneka Jaya Printing. Meskipun kualitas produk yang dihasilkan belum dapat bersaing dengan kompetitor lainnya, namun Aneka Jaya Printing berusaha untuk menarik konsumen dari segi harga yang mereka tawarkan. Sementara pada aspek lainnya, Aneka Jaya Printing idak menemukan

permasalahan yang signifikan, baik dari segi tempat ataupun promosi. Hal ini dikarenakan sudah banyaknya konsumen yang mengetahui tempat atau lokasi percetakan Aneka Jaya Printing dan juga promosi yang dilakukan Aneka Jaya Printing melalui media social.

Berdasarkan pemaparan di atas, serta hasil wawancara ini menunjukkan bahwa betapa pentingnya kualitas produk dan harga terhadap kepuasan yang dirasakan konsumen. Oleh karena itu, peneliti sangat tertarik untuk menganalisis industri kreatif bidang desain lebih lanjut dengan judul penelitian ini yaitu **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK DIGITAL PRINT A3+ (STUDI KASUS PADA PERCETAKAN ANEKA JAYA PRINTING, BEKASI)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan jumlah *Digital Printing* yang terus meningkat di kota Bekasi, Aneka Jaya Printing dapat mempertahankan keberadaannya. Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan peneliti, dapat diketahui bahwa Aneka Jaya Printing belum mampu memberikan kualitas produk dan harga yang wajar untuk memenuhi kepuasan konsumen. Sedangkan untuk kualitas produk, kualitas bahan baku stiker yang digunakan sudah sangat berkualitas, namun konsumen belum sepenuhnya yakin dengan bahan baku stiker yang ditawarkan oleh Aneka Jaya Printing. Dalam studi pendahuluan ini, Aneka Jaya Printing perlu dapat memanfaatkan kualitas bahan baku untuk mengesankan dan memuaskan konsumen.

Hal yang sama dapat dilihat untuk variabel harga. Konsumen tidak sepenuhnya puas dengan harga yang ditawarkan Aneka Jaya Printing, namun harga yang digunakan sudah kompetitif. Dalam survei, Aneka Jaya Printing harus mampu memanfaatkan fitur dan keterjangkauannya untuk menginspirasi dan memuaskan konsumen. Oleh karena itu, Aneka Jaya Printing perlu mempertahankan harga yang dianggap kompetitif dengan percetakan lainnya,

menawarkan potongan harga pada beberapa produk, menawarkan harga terbaik, dan menarik perhatian konsumen.

Kedua permasalahan yang timbul dari kualitas produk dan harga Aneka Jaya Printing memengaruhi kepuasan konsumen berbelanja di Aneka Jaya Printing. Hasil survei pendahuluan menunjukkan bahwa konsumen tidak sepenuhnya puas dengan kualitas produk dan harga Aneka Jaya Printing, namun ruang tunggu yang nyaman dan lahan parkir yang memadai menjadi keunggulan yang ditawarkan Aneka Jaya Printing. Konsumen semakin tidak puas dengan kurangnya strategi yang diterapkan, karena produk yang ditawarkan Aneka Jaya Printing tidak memiliki promosi harga atau penawaran yang menarik. Aneka Jaya Printing untuk terus menerus menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan harga agar tetap kompetitif dan tumbuh berkembang secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka penulis membatasi, merumuskan serta menganalisis dalam skripsi ini dengan beberapa pokok permasalahan yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Produk Digital Print A3+ di Percetakan Aneka Jaya Printing?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Produk Digital Print A3+ di Percetakan Aneka Jaya Printing?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Produk Digital Print A3+ Percetakan Aneka Jaya Printing.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Produk Digital Print A3+ Percetakan Aneka Jaya Printing.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan berguna bagi berbagai pihak, diantaranya adalah:

A. Manfaat Teoritis

1. Menjadi bahan referensi bagi semua pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya.
2. Memberikan gambaran tentang suatu analisis pengaruh kualitas produk dan harga suatu bisnis.
3. Menambah kekayaan informasi bisnis di industri kreatif.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi manajemen Percetakan Aneka Jaya Printing

Hasil penelitian dapat sebagai bahan masukan evaluasi dan pertimbangan bagi manajemen Percetakan Aneka Jaya Printing dalam peningkatan kualitas perusahaan yang berkaitan dengan kualitas produk dan harga, sehingga membuat para konsumen melakukan pembelian terhadap Percetakan Aneka Jaya Printing dapat merasa puas.

2. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian dapat sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian dan kajian lebih lanjut dengan menambahkan atau mengganti variabel lain.

1.5. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Begitu kompleksnya permasalahan maka perlu adanya pembatasan masalah agar pokok permasalahannya yang sedang di teliti tetap fokus dan tidak melebar. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah yang di teliti.

Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu:

1. Objek yang diteliti adalah Aneka Jaya Printing Cabang Bekasi Selatan yang berlokasi di Jl Pramuka No 29-31, Kelurahan Margajaya, Kecamatan Bekasi Selatan, Utamanya meneliti konsumen yang membeli produk Aneka Jaya Printing.
2. Variabel yang menjadi penelitian adalah X1 (Kualitas Produk), X2 (Kualitas Harga), dan Y (Kepuasan Konsumen).

3. Populasinya adalah konsumen Aneka Jaya Printing dan sampelnya adalah konsumen yang melakukan pembelian produk di Aneka Jaya Printing selain pengunjung di kedai, sampel juga diperoleh dari *followers* di media sosial instagram Aneka Jaya Printing.
4. Penelitian ini berlangsung selama 4 bulan terhitung dari bulan Januari – April 2022.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan skripsi ini peneliti melakukan secara sistematis sehingga dapat diperoleh gambaran secara garis besar. Sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, berisi latar belakang penelitian. Dari latar belakang tersebut lalu dibuatlah rumusan masalah. Selanjutnya membahas mengenai tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini, akan menjelaskan pengertian teori-teori yang mendasari dan berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis masalah. Teori-teori yang digunakan sebagai pedoman berasal dari literatur-literatur yang ada dalam perkuliahan ataupun sumber lain. Bab ini juga membahas mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran dari penelitian ini dan untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian di lapangan.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai rencana kegiatan yang digunakan dalam penelitian ini. Beberapa hal yang dijelaskan pada bab ini adalah tentang jenis penelitian, variabel dalam penelitian, populasi dan sampel, sistematika penelitian, sumber dan jenis data, pemilihan responden, objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengujian keabsahan data, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan. Hasil penelitian tersebut disusun berdasarkan rumusan yang telah dibuat sebelumnya. menguraikan gambaran umum perusahaan, hasil penelitian dan pembahasan penelitian, gambaran umum perusahaan meliputi: sejarah perkembangan pada percetakan aneka jaya printing, hasil penelitian meliputi: deskripsi objek penelitian, deskripsi variable penelitian, yaitu deskripsi persepsi konsumen tentang kualitas produk, deskripsi persepsi tentang harga, deskripsi tentang kepuasan konsumen, dan deskripsi hasil uji signifikan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan simpulan-simpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, serta saran-saran yang kiranya dapat diterima dan bermanfaat bagi perusahaan.