

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi pasar seperti saat ini, kemudian meningkatnya interpenetrasi ekonomi dan saling ketergantungan para pelaku ekonomi, menuntut setiap perusahaan untuk mendesain kembali dan memodifikasi strategi bersaingnya. Agar perusahaan tetap berjalan dan berkembang sesuai zamannya. Dalam hal ini, Media Percetakan salah satu usaha yang turut serta bersaing dalam bisnisnya. Dalam hal ini, pemasaran sangat memiliki peran penting guna untuk mencapai omset yang diinginkan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan. Menurut Kotler (2016:108), "Pemasaran dapat dideskripsikan sebagai proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa" Dari beberapa definisi-definisi di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah proses menciptakan, mengomunikasikan,

Perusahaan harus memiliki perbedaan tersendiri pada produknya dari para pesaing, sehingga konsumen mempunyai alasan untuk menentukan pilihan dalam memilih suatu produk. Ketika perusahaan memiliki perbedaan dari pesaing dan merasa perbedaan tersebut lebih baik dari pesaing maka konsumen akan setia pada produk tersebut. Menurut Minastitik dalam Chaula Anwar, 2017 langkah- langkah yang diambil suatu perusahaan untuk mendiferensiasikan diri dari pesaing, apabila produk tersebut memiliki keunikan dan nilai tinggi bagi konsumen. Begitu juga apa yang diungkapkan oleh Lewit (2018) diferensiasi merupakan salah satu jenis keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar global.

CV Aman di Sidoarjo merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa media percetakan. Percetakan merupakan suatu proses industri untuk produksi massa gambar dan tulisan terutama menggunakan tinta di atas suatu media yang dilakukan dengan mesin cetak khusus. Dimana produk yang dicetak berdasarkan keinginan konsumennya. Percetakan tentunya memiliki kompetitor yang sangat banyak. Akan tetapi CV AMAN di Sidoarjo ini memiliki kualitas produk yang bagus serta harga yang terjangkau bagi para konsumennya. Disamping itu, pelayanan yang diberikan oleh CV AMAN juga sangat bagus melihat para konsumen yang setia pada percetakan kami.

Harga menurut Kotler dan Keller (2015:95) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Sumarni dan J. Supranto dalam Ezra (2016) mengatakan bahwa, harga memiliki dua peranan utama dalam mempengaruhi minat beli, yaitu peranan alokasi dan harga dan peranan informasi harga.

Selain itu, Kualitas produk juga menjadi peran penting yang mendasari bisnis ini. Apabila kualitas produk yang diberikan sangat bagus dan sesuai dengan harganya, tentu para konsumen akan kembali menggunakan jasanya. Kualitas produk yang dimaksudkan disini adalah hasil dari cetakan yang dikemas oleh CV AMAN dengan inovasi yang keren.

Menurut Kotler dan Amstrong (2015:251), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan segala fungsi-fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan untuk dioperasikan dan di perbaiki, serta atribut lain yang bernilai pada produk tersebut secara keseluruhan.

Dimensi Diferensiasi Produk yang telah banyak diterapkan para pebisnis untuk membuat sebuah inovasi dan memberikan manfaat lebih pada produk baru. Dimensi Diferensiasi Produk antara lain : (1) Bentuk (*Form*), (2) Fitur (*Feature*), (3) Kualitas Kinerja (*Performance Quality*), (4)Kesesuaian (*Conformance Quality*), (5) Daya Tahan (*Durability*), (6) Keandalan (*Reability*), (7) Mudah Diperbaiki (*Repairability*), (8) Gaya (*Style*), dan (9) Rancangan (*Design*). Nilai yang diciptakan menjadi sebuah keunikan dan berdasarkan nilai yang terkandung pada produk baru tersebut diyakini mampu untuk menciptakan kepuasan pada pelanggan.

Disamping itu, Kepuasan konsumen sangat penting bagi pemasaran perusahaan. Karena membawa dampak positif yang menguntungkan bagi perusahaan. Menurut Engel (dalam penelitian Hartiwi, 2017), mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai evaluasi purna beli terhadap alternatif yang dipilih yang memberikan hasil yang sama (memenuhi) atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul bila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Kotler dalam penelitian Hartiwi, (2017) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen merupakan variabel penting dalam menentukan kinerja perusahaan. Di CV Aman ini kinerja perusahaan yang telah dicapai sudah bagus. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil omset penjualan dari tahun ke tahun.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Hasibuan (2018 : 57), bahwa kinerja adalah suatu hasil yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Dalam suatu proses atau pelaksanaan tugasnya sesuai dengan tanggung jawabnya dan seberapa banyak pengaruhnya

terhadap pencapaian tujuan organisasi. Dengan meningkatnya kinerja karyawan maka akan menimbulkan dampak positif terhadap kinerja perusahaan. Keadaan ini merupakan suatu aktifitas perusahaan yang akan ditingkatkan agar dapat menciptakan dan menghasilkan kinerja yang baik.

Nasucha dalam Irham (2016), mengemukakan bahwa kinerja perusahaan merupakan suatu efektivitas secara menyeluruh untuk memenuhi kebutuhan yang ditetapkan dari setiap kelompok yang berkenaan dengan usaha-usaha yang sistemik dan meningkatkan kemampuan organisasi secara terus menerus mencapai kebutuhannya secara efektif.

CV AMAN di Sidoarjo berdiri sejak tahun 2001. Seiring berjalannya waktu CV AMAN sudah mengalami jatuh bangun mulai dari penurunan omset, yang mana harus membuat strategi lagi hingga seperti sekarang ini yang telah mengalami kenaikan omset setiap tahunnya. Akan tetapi selama 3 tahun terakhir ini CV AMAN mengalami kenaikan omset yang begitu pesat. Sehingga membuat kinerja perusahaan pun menjadi bagus dan menjadi percetakan yang banyak diminati oleh konsumen. Namun, disamping era yang berkembang juga harus menyajikan inovasi – inovasi keren agar para konsumen lebih tertarik lagi.

Dalam kondisi seperti ini, penulis ingin mengetahui apa yang menyebabkan para konsumen bertahan pada percetakan CV AMAN di Sidoarjo ini. Karena kompetitor CV AMAN yang lebih bagus juga sangat banyak. Sehingga penulis ingin meneliti lebih dalam lagi guna untuk memperbaiki kualitas produk yang diberikan konsumen untuk kedepannya lagi agar para konsumen setia pada CV AMAN di Sidoarjo. Selain itu, juga dapat membuat strategi baru dan ciri khas maka keunggulan dalam bersaing di pasar sangat tinggi, sehingga perusahaan harus mempunyai keunggulan yang kompetitif di mata konsumen dan konsumen bisa kembali memakai produk dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah, maka dari itu peneliti menemukan berbagai masalah dalam penelitian. Dan judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Kinerja Perusahaan CV. Aman Di Sidoarjo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti merumuskan masalah yang akan di bahas dalam ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Aman Di Sidoarjo ?
2. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Aman Di Sidoarjo ?
3. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Kinerja Perusahaan Pada CV. Aman Di Sidoarjo?
4. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kinerja Perusahaan Pada CV. Aman Di Sidoarjo ?
5. Apakah Kepuasan Konsumen Berpengaruh Terhadap Kinerja Perusahaan Pada CV. Aman Di Sidoarjo?
6. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Kinerja Perusahaan CV. Aman Di Sidoarjo ?
7. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Kinerja Perusahaan CV. Aman Di Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang telah ditetapkan maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Aman Di Sidoarjo.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Aman Di Sidoarjo..
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga Terhadap Kinerja Perusahaan Pada CV. Aman Di Sidoarjo.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kinerja Perusahaan Pada CV. Aman Di Sidoarjo.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Perusahaan Pada CV. Aman Di Sidoarjo
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Kinerja Perusahaan CV. Aman Di Sidoarjo.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Kinerja Perusahaan CV. Aman Di Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak tertentu. Dengan demikian manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara akademis
 - a. Memberikan kontribusi terhadap ilmu pemasaran yang sesuai dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Kinerja Perusahaan

CV. Aman Di sidoarjo.

- b. Memberikan kontribusi terhadap peneliti selanjutnya dalam melakukan pengembangan ilmu pemasaran, Serta penelitian ini dapat dijadikan informasi dengan referensi bacaan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik sejenis.

2. Secara praktis

- a. Memberikan kontribusi pada CV. Aman sebagai bahan informasi dan masukan dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan menentukan kebijakan secara tepat guna mencapai produktivitas kerja yang optimal.
- b. Memberikan kontribusi terhadap perusahaan lain mengenai hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan yang berhubungan dengan Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, & Kinerja Perusahaan.