

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam Era Globalisasi banyak sekali dalam printing terhadap Pengguna dan pemesanan tertentu yang berupa barang atau jasa yang dibuat oleh perusahaan tentunya harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari konsumen, dengan berkurangnya minat dan daya konsumen membuat perusahaan perlu meningkatkan kualitas dari produk agar produk dapat menarik minat konsumen. Perusahaan mengambil langkah untuk melakukan pengembangan dan perancangan produk. Pengembangan produk dilakukan dengan cara menentukan beberapa konsep alternatif, dimana konsep alternatif tersebut akan dipilih sebagai produk yang sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Pengembangan produk adalah memperbaiki atau memodifikasi produk yang sudah ada agar menjadi lebih baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, membuat suatu rencana atau perencanaan pasti menimbulkan permasalahan.

Salah satu dalam pengembang perusahaan ini untuk mengetahui solusi dari kebutuhannya konsumen hanya untuk menetapkan sehari-hari dalam alternatif konsep dalam pengembangan produk, dan untuk menetapkan alternatif konsep. adalah dengan metode penurunan konsep yang bertujuan sebagai acuan untuk menentukan konsep mana yang akan dipilih dengan menggunakan

klasifikasi dan tabel kombinasi. Dan Mendapatkan beberapa konsep alternatif dari tabel kombinasi tidak menyelesaikan masalah dari tim pengembang, dimana tim pengembang harus menentukan mana saja konsep yang akan menjadi konsep terpilih dalam membuka suatu bisnis percetakannya.

Pada saat ini produk juga perkembangan bisnis dalam percetakan sangatlah beranekaragam, Hal tersebut karena banyak sekali kebutuhan masyarakat. Misalnya,dalam bidang teknologi dapat dilihat dari produk-produk teknologi yang banyak menguasai pasar diIndonesia dan untuk mencari strategi agar hasil produksi dapat dikenal dan terus berkembang baik bagi konsumen.

Jasa percetakan dapat menggunakan salah satu teknologi untuk dilakukan oleh industri digital printing adalah sebuah proses yang sumbernya sangat baik dilakukan industrinya dan berskala kecil maupun untuk memproduksi secara massal tulisan dan gambar menggunakan tinta diatas kertas dalam sebuah mesin cetak.

Fenomena yang terjadi saat ini konsumen merupakan rasa kepuasaannya terhadap produk,harga dan promosi, Permasalahan yang sering terjadi adalah apakah produk pada PT Edotama Esa Printing. bagus bagi konsumen atas pemesanan produk tersebut dalam memproduksi salinan dari sebuah gambar yang sangat cepat,seperti kata-kata atau gambar-gambar diatas kertas,kain dan permukaan lainnya. Setiap hasilnya percetakan Edotama Bekasi dapat memiliki pemasukan buku,kalender,buletin,poster,banner,undangan pernikahan dan bahan lainnya. Ini semua karena hasil percetakan dapat dengan cepat dikomunikasikan pemikiran dan informasi kejutaan orang sebagai dianggap salah satu terpenting didunia.

Kepuasan konsumen merupakan suatu kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk atau jasa, sesuai atau terpenuhi dengan hal

tersebut. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen tersebut dengan senang hati memperkenalkan produk tersebut dari mulut ke mulut (Sudaryono, 2014:48)

fisik. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi pengharapan konsumen mengenai kualitas jasa atau barang pesanan.

Fenomena saat ini sering terjadi pada perusahaan PT Edotama Esa Printing sedang menghadapi kesulitan dalam kurang puasnya konsumen terhadap produk yang tidak ada variasi produk baru maka kepuasan konsumen tidak jarang ada konsumen yang sudah membeli produk untuk memutuskan produk yang akan mereka buat dalam inovasi baru perkembangan saat ini, terutama untuk kebutuhan sehari-hari bagi karyawan. Sampai hari ini, kepuasan konsumen masih merupakan konsep yang sangat relevan. Logikanya sangat sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa apabila pelanggannya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa mendatang. Dan memberikan motivasi yang cukup besar kepada para karyawan akan membantu meningkatkan semangat kerja yang tinggi sehingga perusahaan mampu menciptakan kualitas kerja pada lingkungan pekerjaan untuk berbagi produk yang berbeda untuk konsumen dan akan mempertimbangkan dari segi produk, harga dan promosi untuk memutuskan produk yang akan dibeli.

Harga mampu mengoperasikan daya kinerja utama dalam pilihan pembeli untuk harga yang sangat relatif dan lebih murah dari pesaing yang menjadikan konsumen lebih tertarik dari nilai relatif tersebut dapat diperoleh produk yang menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk

tersebut dengan menggabungkan formulasi produk yang sangat modern dan melibatkan bentuk pemasaran digital printing ini.

Fenomena saat ini yang terjadi pada harga adalah harga produk yang dijual di PT Edotama Esa Printing adalah dengan harga yang mahal biasanya konsumen berpikir bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik dan apabila harga yang murah konsumen masih meragukan kualitas produk tersebut serta jarang adanya potongan harga yang ditawarkan kepada konsumen yang sudah membeli produk dan jasa yang ditawarkan sehingga membuat konsumen tidak merasa puas dan merasa tidak ada bonus dari apa yang mereka beli. Karena jika terdapat potongan harga dalam produk yang dibeli konsumen akan merasa lebih hemat dan membuat konsumen merasa puas dan akan kembali lagi untuk membeli produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2014:101) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa.

Promosi dalam faktor yang sangat utama untuk mendorong konsumen melakukan pembelian pada pemesanan produk tertentu, seperti banner menjadi saran untuk mengajak konsumen untuk membeli suatu produk yang sudah tertera di banner, dalam upaya usaha harus menentukan untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan untuk menarik calon pembeli. Dengan adanya promosi, produsen maupun distributor berharap kenaikan angka penjualan dalam usaha percetakan digital printing konsepnya pembelian tersebut dapat disimpulkan semakin meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengarahkan suatu kualitas produk, harga dan promosi yang berpengaruh sangat positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian, dan untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga menimbulkan semakin ketat dalam persaingan di dunia bisnis. Persaingan bisnis juga dapat menciptakan produk serupa dengan berbagai produk yang berbeda.

Fenomena terhadap promosi pada PT Edotama Esa Printing Bekasi tidak adanya sumber kuat atau akurat untuk mempromosikan produk yang akan dijual pada PT Edotama Esa Printing, untuk zaman sekarang banyak sekali perusahaan untuk mempromosikan produk melalui teknologi seperti whatsapp dan instagram dan untuk saat ini PT Edotama Esa Printing Bekasi akan ada promosi tersebut melalui teknologi. Untuk kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual pada PT Edotama Esa Printing.

Berdasarkan menurut Kotler dan Armstrong (2014:251) pemasaran suatu perusahaan berusaha menghasilkan penjualan barang dan jasa yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan, adanya pemasaran perusahaan barang dan jasa yang dihasilkan produk diserahkan kepada konsumen dengan syarat kualitas produk yang di harapkan.

Berdasarkan menurut Kotler dan Armstrong (2014:662) promosi dalam penjualan adalah untuk menciptakan tanggapan yang lebih kuat dan lebih cepat. Promosi juga dapat digunakan untuk mendorong penjualan yang sedang mendramatisasi dalam penawaran. Hal ini terjadi ketika penjualan harus memiliki konsumen yang mampu mengatakan bahwa promosi dapat membuat pelanggan

tersebut tertarik atas produk yang sangat cocok untuk digunakan seperti menecatk buku,banner,pamflet dan lain-lain.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian terdahulu maka Produk,Harga,dan Promosi serta kepuasan konsumen masih layak untuk dilakukan penelitian. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK,HARGA,DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA PT EDOTAMA ESA PRINTING BEKASI**



## 1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas,maka masalah yang menjadi dasar penelitian adalah konsumen yang untuk membelikan produk pada PT Edotama Esa Printing Bekasi yang harus memiliki keunggulan produknya yang guna menarik perhatian konsumen untuk melakukan suatu kepuasan bagi konsumen pada produknya yang berkaitan dengan kualitas produk,harga,dan promosi. Berdasarkan uraian diatas maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah berpengaruh kualitas produk, harga, promosi, terhadap kepuasan konsumen pada PT Edotama Esa Printing Bekasi ?
2. Apakah berpengaruh kualitas produk pada kepuasan konsumen pada PT Edotama Esa Printing Bekasi ?
3. Apakah berpengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Edotama Esa Printing Bekasi ?
4. Apakah berpengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT Edotama Esa Printing Bekasi ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas,maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk,harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT Edotama Esa Printing Bekasi

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Edotama Esa Printing Bekasi
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Edotama Esa Printing Bekasi
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT Edotama Esa Printing Bekasi

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penulisan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak berikut :

1. Bagi penulis, sebagai salah satu syarat untuk memahami skripsi ini demi meraih gelar sarjana Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Bagi perusahaan, sebagai memberikan masukan yang positif dalam pelaksanaan bagi penguji peneliti dan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga perusahaan dapat menarik konsumen dan meningkatkan penjualan.
3. Bagi pihak lain, sebagai referensi bagi pembaca maupun penulis yang akan membuat tulis sejenis dan untuk menambah wawasan dalam pengetahuan dibidang pemasaran.

## **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan proposal ini terdiri dari tiga bab yang akan diperinci lagi menjadi sub bab, yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORITIS**

Pada bab ini berisikan tentang pengertian variabel-variabel dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berpikir teoritis dan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini berisikan tentang gambaran umum perusahaan, waktu dan tempat penelitian, hipotesis statistik, desain penelitian, variabel dan skala pengukuran, metode pengumpulan data, jenis data, populasi dan sampel serta metode analisis data.

### **BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini peneliti harus mengetahui pembahasan pada Uji, Data dalam bentuk sampel

### **BAB V : PENUTUP**