

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era bisnis saat ini, tingkat persaingan dalam usaha sangatlah ketat karena setiap perusahaan senantiasa bersaing dan berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari suatu bisnis yang sejenis, membuat bisnis tersebut semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Maka itu suatu bisnis perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Agar suatu bisnis dapat bertahan dan meraih kemenangan dalam persaingan bisnis yang sejenis, maka bisnis tersebut harus memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen mendapatkan kepuasan dalam pembelian.

Kepuasan konsumen yaitu suatu tanggapan perilaku konsumen yang timbul atas barang atau jasa yang diterima, kemudian akan dijadikan suatu perbandingan apakah kinerja barang atau jasa yang diterima dapat memenuhi apa yang di harapkannya. Jika kepuasan konsumen akan barang atau jasa telah terpenuhi maka kemungkinan konsumen tersebut akan melakukan pembelian berulang pada saat kebutuhan yang sama muncul kemudian hari, maka otomatis konsumen tersebut akan menjadi pelanggan dalam jangka waktu yang lama, hal ini dapat memperbaiki kualitas serta dapat meningkatkan keunggulan persaingan dalam dunia bisnis.

Hal yang harus dilakukan suatu bisnis agar mampu bersaing dengan bisnis lainnya, khususnya bisnis yang sejenis yaitu dengan memberikan harga jual barang atau jasa yang sesuai dengan kualitas produk serta kualitas pelayanan. Harga merupakan hal terpenting konsumen dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen akan membeli suatu barang atau jasa apabila biaya yang dikeluarkannya sama dengan manfaat yang didapatkannya dan jika harga suatu barang atau jasa lebih

besar dari manfaat yang didapat maka konsumen akan berfikir dua kali untuk melakukan pembelian. Selain faktor harga, faktor kualitas pelayanan dan kualitas produk juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Jika harga terpenuhi tetapi kualitas pelayanan atau kualitas produk tidak dapat terpenuhi, maka konsumen juga akan enggan melakukan pembelian barang atau jasa.

Salah suatu bisnis yang mempunyai pesaing yang ketat yaitu jasa percetakan, Pada saat ini bisnis percetakan sangatlah dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan pelajar, mahasiswa, guru, pengusaha dan jenis pekerjaan lainnya. Tidak heran apabila persaingan bisnis percetakan ini sangat ketat karena banyak konsumen yang minat akan jasa dan barang yang disediakan pada bisnis tersebut. Seperti hal yang penulis pernah alami, penulis membutuhkan jasa pembuatan plakat untuk dijadikan suatu kenang – kenangan dan juga sebagai tanda terimakasih telah ikut serta dalam mengajar atau membimbing pada saat penulis melakukan praktek kerja lapangan. Contoh lain seperti pengusaha yang membutuhkan jasa percetakan untuk membuat banner, papan nama toko, payung promosi, tenda promosi serta kebutuhan bisnis lainnya demi menunjang kegiatan pemasaran suatu bisnis.

Percetakan Nusantara Kreasi adalah salah satu bisnis percetakan yang ada di kota Palembang lebih tepatnya beralamat di Jl. AKBP, H.M. Amin (Serele) No. 448 RT. 006 RW. 004 Kelurahan 18 Ilir Kecamatan Ilir Timur I. Percetakan Nusantara Kreasi yaitu suatu bisnis yang menawarkan barang atau jasa seperti pemasangan baliho, *Neon Box*, Papan nama toko, merk, tenda promosi, payung promosi, cetak *banner*, umbul-umbul, *sticker*, plakat, dan segala jenis cetakan lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Indarisman selaku pemilik dari bisnis percetakan Nusantara Kreasi, didapatkan bahwa salah satu upaya yang telah dilakukan dalam meningkatkan kepuasan serta memenuhi kebutuhan konsumen yaitu dengan memberikan potongan harga atau diskon serta Bapak Indarisman sangat mementingkan kualitas produk, yang mana pengelolaan cetaknya dengan menggunakan bahan dan tinta print yang berkualitas serta tahan lama.

Berikut merupakan data penjualan (Satuan) percetakan Nusantara Kreasi yang diperoleh pada tahun 2018-2020:

Tabel 1.1 Data penjualan (Satuan) tahun 2018-2020

Jenis Produk		Tahun			Total
		2018	2019	2020	
Plakat	Satuan	3150	3950	2575	9675
Cutting Sticker	Per meter	5732	6819	4352	16903
Banner	60 x 160 cm	8985	7985	4255	21225
Undangan	100 pcs	5589	6968	2532	15089
Sablon Baju	Per lusin	5344	5958	3566	14868
Total Per Tahun		28800	31680	17280	

Sumber: Nusantara Kreasi, 2021

Pada tabel 4.1 terdapat 1 dari 5 produk yang paling banyak peminatnya yaitu Banner dengan jumlah penjualan sebesar 21.225. Penjualan tertinggi yang didapatkan pada bisnis percetakan Nusantara Kreasi yaitu pada tahun 2019 dengan total sebesar 31.680. Sedangkan penjualan terendah yaitu pada tahun 2020 dengan total penjualan sebesar 17.280.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas suatu produk terhadap keputusan pembelian konsumen melalui laporan akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Percetakan Nusantara Kreasi”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya maka dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu sebagai berikut:

1. Apakah faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada percetakan Nusantara Kreasi?
2. Apakah faktor kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada percetakan Nusantara Kreasi?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Setiap penelitian memiliki tujuan dan manfaat agar tidak menyimpang dari apa yang diharapkan, tujuan dan manfaat penulisan laporan ini yaitu sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Penulisan

Tujuan yang hendak dicapai dengan dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada percetakan Nusantara Kreasi?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada percetakan Nusantara Kreasi?

1.3.2 Manfaat Penulisan

Penulisan laporan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Manfaat penulisan laporan akhir ini supaya penulis dapat menerapkan ilmu yang telah didapat pada bangku perkuliahan dalam bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh harga dan kualitas produk.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi serta masukan bagi Percetakan Nusantara Kreasi tentang faktor yang berpengaruh terhadap konsumen dalam melakukan pembelian produk pada bisnis tersebut. Faktor harga dan kualitas produk yang mempunyai pengaruh dapat menjadi bahan acuan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ketat.

1.4 Metodologi Penelitian

1.4.1 Ruang Lingkup Penelitian

Pembahasan yang dilakukan supaya lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi permasalahan yang tertuju pada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Percetakan Nusantara Kreasi.

1.4.2 Jenis dan Sumber Data

Data menurut cara memperolehnya dibagi kedalam:

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2015:308) Sumber primer adalah sumber daya yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang penulis gunakan dalam penelitian ini merupakan hasil dari wawancara serta pengamatan antar penulis dengan pemilik bisnis percetakan

2. Data skunder

Menurut Sugiyono (2015:309) Sumber skunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data skunder yang diambil yaitu melalui buku-buku pedoman yang disusun oleh para ahli yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

1.4.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir ini disusun dengan tujuan memudahkan pembaca dalam memahami hubungan antar variabel penelitian yaitu harga, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen.

Suatu keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi dan lainnya. Sehingga membentuk suatu sikap konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan bahwa produk apa yang akan di beli.

Kualitas produk adalah kondisi suatu produk yang meliputi daya tahan, kesesuaian, keistimewaan, estetika serta memberikan ciri pada produk

sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Keputusan pembelian konsumen terletak pada pertimbangan kualitas produk cetakan. Jika konsumen sudah mendapatkan kepuasan terhadap kualitas produk cetakan seperti tinta yang terang, tajam, bahan yang berkualitas serta kualitas pelayanan yang baik. Maka hal tersebut dapat berpengaruh penting apakah konsumen akan melakukan pembelian berulang atau tidak.

Selain itu pertimbangan keputusan pembelian konsumen ialah harga. Pengertian harga dilihat berdasarkan sudut pandang penjual, harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sedangkan jika dilihat dari sudut pandang pembeli, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa. Selain kualitas produk harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terkait manfaat atau kualitas produk dengan pemenuhan kebutuhan.

Berdasarkan konsep diatas seorang konsumen akan melakukan pembelian terhadap produk apabila konsumen memiliki informasi tentang kualitas produk serta membandingkan kualitas tersebut dengan beban biaya yang harus dikeluarkan. Sehingga dapat disimpulkan sementara bahwa terdapat pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Riset Kepustakaan

Menurut Sugiyono (2015:140) Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi social yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. Metode ini dilakukan untuk melengkapi informasi-informasi yang diperoleh agar lebih lengkap, seragam dan jelas, serta menunjang kebenaran dan keterangan dengan topik yang dibahas.

2. Riset Lapangan

a. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2015:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dilakukan agar penulis mendapatkan informasi tentang harga dan kualitas produk yang diberikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis percetakan Nusantara Kreasi. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berisi 15 pernyataan dan menggunakan 4 pilihan jawaban yang masing masing jawaban diberi *score* atau bobot yaitu banyaknya *score* antara 1-4, dengan rincian sebagai berikut:

1. Jawaban SS = Sangat setuju, dengan bobot 4
2. Jawaban S = Setuju, dengan bobot 3
3. Jawaban TS = Tidak Setuju, dengan bobot 2
4. Jawaban STS = Sangat tidak Setuju, dengan bobot 1

b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2015:193) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil, Wawancara dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan secara langsung yang berhubungan dengan topik yang dibutuhkan dalam penelitian.

1.4.5 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas

dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen percetakan Nusantara Kreasi Palembang. Jumlah populasi diambil dari jumlah konsumen yang terdata pada Percetakan Nusantara Kreasi pada tahun 2017-2020. Berikut adalah tabel data jumlah konsumen Percetakan Nusantara Kreasi.

Tabel 1.2 Data Jumlah Konsumen Percetakan Nusantara Kreasi Tahun 2017-2020

No	Tahun	Jumlah Konsumen
1	2017	23.040
2	2018	28.800
3	2019	31.680
4	2020	17.280

Sumber: Percetakan Nusantara Kreasi, 2021

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:118) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2015:81) *Sampling Insidental / Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Peneliti menggunakan *accidental sampling* karena peneliti menyebarkan angket/kuesioner kepada setiap konsumen percetakan Nusantara Kreasi yang datang.

Menurut teori Gay dan Airasian dalam blog Padangsimpuan (2019) Gay dan Airasian membuat acuan dalam penentuan jumlah sampel yaitu (1) jenis penelitian deskriptif menggunakan 10 - 20% dari populasi; (2) jenis penelitian korelasi 30 orang; (3) Eksperimental & Kausal komparatif 30 orang per kelompok. Penelitian ini mengambil sampel dari populasi konsumen pada tahun 2020 dengan menggunakan presentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 20%. Peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan sampel yang dikutip dalam buku Umar (2011:78) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana: n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolelir. (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 20%)

Ukuran populasi yaitu 17.280 konsumen dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 20% maka jumlah sampel (n) adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{17.280}{1+(17.280 \times 0,2^2)} \\ &= \frac{17.280}{1+(17.280 \times 0,02)} \\ &= \frac{17.280}{1+345,6} \\ &= \frac{17.280}{346,6} \\ &= 49,855 \end{aligned}$$

Jadi perhitungan sampel yang didapat menggunakan rumus slovin adalah 49,855 yang dibulatkan menjadi 50. Maka, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 50 konsumen.

1.4.6 Analisis Data

a. Metode Kuantitatif

Dalam penulisan laporan akhir ini penulis menggunakan metode analisis kuantitatif. Metode Kuantitatif Menurut Sugiyono (2015:14) metode penelitian dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada falsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*Independent variable*). Variabel terikat adalah variabel yang bergantung pada variabel lainnya, sedangkan variabel bebas adalah variabel yang tidak bergantung dengan variabel lainnya. Variabel yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel terikat

Variabel ini akan membantu untuk mengenali hakekat masalah yang akan diteliti. Variabel yang digunakan dalam model penelitian ini yaitu Keputusan pembelian (Y).

2. Variabel bebas

Variabel bebas sering dilambangkan dengan (X), variabel ini merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat baik secara positif maupun negatif. Variabel yang digunakan peneliti yaitu variabel (X1) harga dan (X2) kualitas.

Menurut Sugiyono (2017:275) persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : variabel Kinerja Karyawan

a : Konstanta

b₁, b₂ : Koefisien regresi untuk X₂

X₁ : Harga

X₂ : Kualitas produk

e : Standar error.

Kemudian untuk mengetahui pencapaian dan kriteria responden tersebut dilakukan dengan menggunakan klasifikasi rumus sebagai berikut:

$$Rs = \frac{(4.SS) + (3.S) + (2.TS) + (1.STS)}{SS + S + TS + STS}$$

Keterangan:

Rs : Rata – rata skor

SS : Sangat setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat tidak Setuju

Sedangkan untuk mencari tingkat pencapaian jawaban responden digunakan rumus sebagai berikut:

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

TCR : Tingkat capaian responden

R_s : Rata-rata skor jawaban responden

n : Nilai skor jawaban responden

Kriteria interpretasi skor untuk tingkat capaian responden (TCR) adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3 Rentang Skala TCR

No	Angka	Keterangan
1	85% - 100%	Sangat Baik
2	66% - 84%	Baik
3	51% - 65%	Cukup Baik
4	36% - 50%	Tidak Baik
5	0% - 35%	Sangat Tidak Baik

Sumber: Polsri, 2021

b. Metode Deskriptif

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara statistik deskriptif. Metode deskriptif yaitu suatu cara yang dilakukan dalam pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan lainnya oada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta.

Tabel 1.4 Indikator Kuesioner

No	Variabel	Indikator	Butir Pernyataan
1	Keputusan Pembelian	Produk bagus	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada percetakan Nusantara Kreasi karena produknya bagus

		Potongan Harga (Diskon)	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada percetakan Nusantara Kreasi karena semakin banyak produk yang dibeli maka akan semakin banyak diskon yang diberikan
		<i>complain</i> apabila tidak puas dengan produk	Saya akan melakukan <i>complain</i> apabila tidak puas dengan produk pada percetakan Nusantara Kreasi
		Memberikan Informasi	Saya akan memberikan informasi kepada teman/keluarga/saudara/i untuk membeli produk pada percetakan Nusantara Kreasi
		Kerapian produk	Saya merasa puas dengan kerapian produk yang ada pada percetakan Nusantara Kreasi
2	Harga	Harga sesuai dengan hasil	Harga produk pada percetakan Nusantara Kreasi sesuai dengan hasil yang diinginkan
		Harga terjangkau	Harga produk pada percetakan Nusantara Kreasi dapat dijangkau oleh semua konsumen
		Harga Sesuai dengan manfaat	Harga produk pada percetakan Nusantara Kreasi sesuai dengan manfaat yang saya rasakan
		Harga <i>relative</i> lebih murah	Harga produk pada percetakan Nusantara Kreasi <i>relative</i> lebih

			murah dibandingkan dengan yang lain
		Harga sesuai dengan kualitas	Harga produk pada percetakan Nusantara Kreasi sesuai dengan kualitas produk
3	Kualitas	Kualitas sesuai dengan hasil	Kualitas produk sesuai dengan hasil yang diinginkan
		Pelayanan yang ramah dan cepat	Pelayanan pada percetakan Nusantara Kreasi ramah dan cepat
		Produk menggunakan bahan yang berkualitas	Produk-produk yang ada pada percetakan Nusantara Kreasi menggunakan bahan yang berkualitas
		Tidak ada keluhan	Saya merasa tidak ada keluhan selama melakukan transaksi pada percetakan Nusantara Kreasi
		Mudah dalam memperoleh pelayanan	Saya merasa mudah dalam memperoleh pelayanan dari pihak percetakan Nusantara Kreasi

Sumber: Polsri, 2021