

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini, dunia bisnis terus berkembang pesat dengan tingkat persaingan yang semakin meningkat. Kemajuan teknologi dan meningkatnya pemahaman tentang pemasaran menjadi faktor utama yang mendorong pertumbuhan persaingan. Hal ini mempercepat inovasi dan strategi yang dikembangkan oleh para pebisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan harapan mereka. Para pelaku usaha dituntut untuk selalu mengikuti perubahan pasar serta menciptakan ide-ide kreatif agar produk atau jasa yang ditawarkan mampu menarik perhatian konsumen dan memenuhi kebutuhan mereka secara optimal.

Di tengah perkembangan yang pesat ini, pelaku usaha dihadapkan pada tantangan untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga beradaptasi dengan cepat. Salah satu faktor yang semakin penting dalam dunia bisnis adalah penggunaan teknologi informasi, yang tidak hanya mempermudah operasi tetapi juga membuka peluang baru dalam pemasaran, distribusi, dan interaksi dengan pelanggan. Digitalisasi, misalnya, telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan merek, mempengaruhi kebiasaan belanja, dan memperkenalkan *platform* baru untuk promosi dan penjualan produk.

Selain itu, persaingan yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk lebih inovatif dalam merancang produk dan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga memberikan nilai tambah yang lebih besar bagi konsumen. Pembisnis yang cerdas akan memprioritaskan

pengalaman pelanggan yang tak terlupakan, mengedepankan personalisasi, dan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Ini memerlukan pemahaman mendalam tentang tren pasar, perubahan perilaku konsumen, dan kemampuan untuk merespons perubahan dengan cepat.

Untuk bersaing secara efektif, perusahaan juga dituntut untuk mengelola sumber daya dengan lebih efisien, termasuk dalam hal kualitas produk, layanan purna jual, dan harga yang ditawarkan. Hal ini bukan sekadar memberikan harga yang terjangkau, tetapi juga menciptakan keseimbangan antara kualitas dan biaya yang akan memberikan nilai lebih bagi konsumen. Dengan demikian, inovasi dan strategi pemasaran yang tepat akan menjadi kunci utama dalam mempertahankan daya saing dan relevansi perusahaan di pasar yang semakin kompetitif.

Di tengah perkembangan yang pesat ini, Rumah Cetak Fatih Blitar, sebagai salah satu pelaku dalam industri percetakan, perlu beradaptasi dengan perubahan zaman dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan serta mempercepat proses produksi. Dengan tingginya permintaan konsumen akan produk cetakan yang berkualitas, cepat, dan terjangkau, Rumah Cetak Fatih Blitar harus memastikan mereka tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga menciptakan inovasi yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Teknologi digital, seperti percetakan digital, memberikan peluang bagi rumah cetak untuk menawarkan berbagai produk dengan hasil yang lebih presisi, cepat, dan fleksibel, baik untuk kebutuhan personalisasi, jumlah kecil, maupun produksi massal.

Rumah Cetak Fatih Blitar adalah penyedia jasa percetakan yang menawarkan berbagai produk seperti: brosur, undangan, banner, stiker, kartu nama, dan kebutuhan cetak lainnya. Di tengah perkembangan industri percetakan yang semakin pesat, Rumah Cetak Fatih Blitar harus bersaing dengan penyedia jasa percetakan lainnya dengan memberikan pelayanan berkualitas dan harga yang bersaing.

Dalam menjalankan usahanya, Rumah Cetak Fatih Blitar menghadapi tantangan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan meningkatkan keputusan pembelian. Salah satu faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang responsif, ramah, dan profesional dapat membangun kepercayaan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali menggunakan jasa percetakan. Selain itu, harga yang bersaing juga menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan, terutama ketika menghadapi kompetisi dari usaha percetakan lain yang menawarkan berbagai variasi harga.

Untuk meningkatkan daya saing, Rumah Cetak Fatih Blitar terus berinovasi dalam memberikan pelayanan terbaik, meningkatkan kualitas produk cetakan, dan menetapkan strategi harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan memahami pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian, Rumah Cetak Fatih dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah ketatnya persaingan di industri percetakan.

Keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai dengan

kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W., 2017:87). Oleh karena itu, membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Menurut Kamarul Ikhsan Bin Ahamed Zaki & Bin Abdul Lasi (2020), kualitas pelayanan merupakan sejauh mana layanan dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan, yang dinilai berdasarkan pengalaman nyata pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Kasinem (2020), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mencakup segala bentuk penyediaan layanan secara optimal oleh Perusahaan dengan berbagai keunggulan yang dimilikinya, guna memenuhi kebutuhan pelanggan dan melampaui harapan mereka.

Selain kualitas pelayanan Adapun harga yang juga mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Alter (2007) dalam Santoso (2016:96) harga merupakan nilai tertentu yang harus dibayar atas nilai suatu produk atau jasa yang telah dibeli atau digunakan. Harga menjadi nilai agregat dari semua hal yang diberikan produsen terhadap pelanggan dalam mendapatkan keuntungan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Namun penelitian terkait kualitas pelayanan dan harga khusus di rumah cetak fatih masih terbatas, sehingga diperlukan kajian lebih mendalam untuk memahami bagaimana kedua faktor ini mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis

pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Rumah Cetak Fatih Blitar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengelola Rumah Cetak Fatih dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan daya tarik usaha tersebut.

Dari penjabaran latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Cetak Fatih Blitar”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan diatas, maka problematika penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rumah Cetak Fatih Blitar?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Rumah Cetak Fatih Blitar?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Rumah Cetak Fatih Blitar?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, agar permasalahan tidak semakin meluas dan karena banyaknya keterbatasan. Maka diperlukan Batasan masalah. Maka batasan masalah penelitian ini yaitu:

1. Objek penelitian difokuskan pada Rumah Cetak Fatih Blitar, sehingga tempat percetakan lain tidak menjadi bagian dari studi ini.

2. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini dibatasi pada kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen, serta keputusan pembelian sebagai variabel dependen.
3. Responden penelitian ini ditujukan untuk konsumen yang pernah melakukan pembelian di rumah cetak fatih, dengan ukuran sampel yang terdiri dari 100 responden.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas , maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Rumah Cetak Fatih Blitar
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Rumah Cetak Fatih Blitar
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Rumah Cetak Fatih Blitar.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan dalam memperdalam dan memperluas pemahaman mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Rumah Cetak Fatih Blitar serta sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana.

2. Bagi Akademisi

Memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang manajemen pemasaran dalam kaitan kualitas pelayanan dan harga terhadap

keputusan pembelian

3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik Rumah Cetak Fatih Blitar dalam merancang sistem manajemen yang optimal terkait mutu pelayanan yang disediakan sehingga mampu menetapkan harga yang tepat dan memengaruhi keputusan pembelian.