

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN CETAKAN
KERTAS CONTINUOUSFORM,
(Studi Pada CV. Sumber Makmur, Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

DINDA RIZKI AMALIA
NIM 12010114120004

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2018**

PERSETUJUAN SKRIPSI

NamaMahasiswa : Dinda Rizki Amalia
NomorIndukMahasiswa : 12010114120004
Fakultas/Jurusan : Ekonomika danBisnis / Manajemen
JudulSkripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN CETAKAN KERTAS
CONTINUOUSFORM, (StudiPada
CV. Sumber Makmur, Semarang).**
DosenPembimbing : Drs. Suryono Budi Santoso,M.M.

Semarang, 23 November
2018DosenPembimbing,

(Drs. Suryono Budi Santoso, M.M.)
NIP. 195906091987031003

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Dinda Rizki Amalia
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114120004
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **“ FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN CETAKAN KERTAS
CONTINUOUSFORM, (Studi Pada CV.
Sumber Makmur, Semarang)“**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal, 28 Desember 2018

Tim Penguji

1. Drs. Suryono Budi Santosa, M.M (.....)
2. Dr. Harry Soesanto, MMR (.....)
3. Rizal Hari Magnadi, SE, MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya Dinda Rizki Amalia , menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Cetak Kertas *Continuousform*, (Studi Pada CV. Sumber Makmur, Semarang)” menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 23 November 2018
Yang membuat pernyataan,

(Dinda Rizki Amalia)
NIM 12010114120004

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya.”

(QS. At-Thalaq: 2-3)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan,”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

Sebuah persembahan untuk :

Kedua orangtuaku, Kakak & Adikku

Keluarga Besar dan UNDIP almamaterku

ABSTRACT

The printing industry is one of the industries in the category of manufacturing that has a very important role in the world economy. A country can survive and will continue to grow if there is strong economic activity in it. Economic activity in the printing industry can be said to be strong if demand will increase rapidly when raw goods have been processed in such a way as finished goods such as paper prints so that it has added value or value for its users. The industrial revolution is a development carried out to advance and develop the industry towards a better direction with the help of digital. The impact of the industrial revolution caused a decline in paper demand in the printing industry (paperless) which caused printing revenue of CV. Sumber Makmur also declined. The role of B2B marketing is considered to be able to help with the problems that are occurring. This study aims to analyze the factors that can influence purchasing decisions using brand image.

Implementation of research in October 2017 until August 2018, using primary data from respondents who are consumers of CV. Sumber Makmur Semarang who has made a purchase will examine consumer perceptions about the impact of product quality, product design and competitive prices on a continuousform paper product that will influence brand image and purchasing decisions and use secondary data. Non probability sampling is used for sampling. Data were collected from 136 respondents who were selected using considerations which must have criteria for having purchased continuousform paper prints twice on CV. Sumber Makmur, Semarang. The analytical method is the Maximum Likelihood Test with the AMOS program version 21.0

The results of this study are product quality, product design, and competitive prices affect brand image has a positive relationship. Brand image has a positive influence on purchasing decisions. This means that when independent factors such as product quality, product design and competitive prices increase, purchasing decisions on the CV brand image. Sumber Makmur Semarang also increased significantly. This study concludes that product quality, product design, and competitive prices influence the brand image that influences purchasing decisions, both partially and simultaneously. In addition, the latest digital technology is indeed considered capable of taking over the position of paper in aspects of life, but cannot replace the role of paper as a legitimate written physical media and acknowledged its existence.

Keywords: product quality, product design, competitive prices, brand image, purchasing decisions, printing industry, B2B marketing.

ABSTRAK

Industri percetakan merupakan salah satu industri dalam kategori manufaktur yang memiliki peran sangat penting dalam perekonomian dunia. Suatu negara dapat bertahan dan akan terus berkembang jika didalamnya terdapat kegiatan ekonomi yang kuat. Kegiatan ekonomi dalam industri percetakan dapat dikatakan kuat jika permintaan akan meningkat pesat saat barang mentah sudah diolah sedemikian rupa menjadi barang jadi seperti cetakan kertas sehingga memiliki nilai tambah atau *value* bagi penggunanya. Revolusi industri merupakan pembangunan yang dilakukan untuk memajukan dan mengembangkan industri ke arah yang lebih baik dengan bantuan digital. Dampak dari adanya revolusi industri menyebabkan penurunan permintaan kertas pada industri percetakan (*paperless*) yang menyebabkan pendapatan percetakan CV. Sumber Makmur ikut menurun. Peran B2B marketing dianggap dapat membantu permasalahan yang sedang terjadi. Peran B2B marketing (*bisnis ke bisnis*) dianggap dapat membantu memudahkan konsumen dan perusahaan dalam berkomunikasi secara *real time* di mana saja dan kapanpun. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan citra merek.

Pelaksanaan penelitian pada bulan Oktober 2017 hingga bulan Agustus 2018, dengan menggunakan data primer berasal dari responden yang merupakan konsumen CV. Sumber Makmur Semarang yang telah melakukan pembelian akan diteliti persepsi konsumen tentang dampak kualitas produk, desain produk dan harga kompetitif terhadap suatu produk kertas *continuousform* yang akan mempengaruhi citra merek dan keputusan pembelian serta menggunakan data sekunder. *Non probability sampling* dipakai untuk pengambilan sampel. Data dikumpulkan dari 136 responden yang dipilih menggunakan pertimbangan yaitu harus memiliki kriteria pernah melakukan pembelian cetakan kertas *continuousform* sebanyak dua kali pada CV. Sumber Makmur, Semarang. Metode analisis adalah Uji Maximum Likelihood dengan program AMOS versi 21.0

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk, desain produk, dan harga kompetitif mempengaruhi citra merek memiliki hubungan positif. Citra merek memiliki pengaruh yang positif pula terhadap keputusan pembelian. Artinya ketika faktor independen seperti kualitas produk, desain produk dan harga kompetitif meningkat, keputusan pembelian pada citra merek CV. Sumber Makmur Semarang juga meningkat secara signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk, desain produk, dan harga kompetitif berpengaruh terhadap citra merek yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, teknologi digital terkini memang dianggap mampu mengambil alih posisi kertas dalam aspek kehidupan, akan tetapi tidak bisa menggantikan peran kertas sebagai media tertulis fisik yang sah dan diakui keberadaanya.

Kata kunci: kualitas produk, desain produk, harga kompetitif, citra merek, keputusan pembelian, industri percetakan, B2B marketing.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat , hidayah , & inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Skripsi dengan judul “ **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN CETAKAN KERTAS CONTINUOUSFORM, (Studi Pada CV. Sumber Makmur, Semarang)**“ disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan studi program sarjana jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari doa , dorongan , motivasi , semangat , dan bimbingan dari banyak pihak. Dalam kesempatan ini , ijinilah penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya atas segala bimbingan , pengarahan, petunjuk dan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah diberikan dalam rangka penyusunan skripsi ini, kepada :

1. Bapak Dr.Suharnomo, SE.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E., selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Drs. Suryono Budi Santoso M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan dan petunjuk serta meluangkan waktunya selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis berkuliah.
5. Seluruh perangkat Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.
6. Kedua orangtuaku tercinta yaitu H. Antoni Herli Cordias dan Hj. Mustika Wiatni yang telah memberika kasih sayang, bimbingan, kepercayaan, doa, motivasi, serta dukunngan material maupun non material selama kegiatan perkuliahan ini sampai terselesaikannya skripsi ini.
7. Kakakku tersayang Tamara Citra, S.E, M.M. dan adikku tersayang Rico Bintang Putra yang selalu memberikan dukungan, doa, perhatian dan motivasi.

8. Sahabat – sahabatku semasa kuliah Erina Permata Ambarwati, Fariza Dewi Fitria, Oktavia Dyah S , Dyah Ayu , Diah Ariani yang setia menjadi teman penulis , sukses untuk kalian semua .
9. Keluarga Baru KKN Blacanan Squad , Gilang, Danang, Isna, Rahma, Jehan, Naya terimakasih untuk kalian 42 hari menemani penulis. Sukses Untuk kalian Semua.
10. Para responden yang bersedia berpartisipasi untuk membantu dalam mengisi koesioner penelitian.
11. Teman – teman Manajemen 2014 yang selama ini menjadi teman di bangku perkuliahan penulis terimakasih & sukses untuk Manajemen 2014 semua.
12. Segenap dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
13. Seluruh Staff Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan kemudahan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
14. Kepada semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan , penyajian dan pemilihan kata – kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu , dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Terakhir penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Semarang, 23 November 2018

Penulis,

Dinda Rizki Amalia

Nim 12010114120004

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	15
1.4 Sistematika Penulisan	16
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Kualitas Produk.....	18
2.1.2 Desain Produk.....	21
2.1.1 Harga Kompetitif.....	23
2.1.2 Citra Merek.....	25
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	29

2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	36
2.3 Penelitian Terdahulu.....	42
2.4 Kerangka Pemikiran.....	44
2.5 Hipotesis Penelitian.....	45
2.6 Indikator Variabel.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Variabel Penelitian.....	48
3.2 Populasi dan Sampel.....	50
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	51
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5 Skala Pengukuran.....	53
3.6 Uji Reliabilitas Dan Uji Validitas.....	54
3.7 Teknik Analisis.....	55
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.2 Hasil Penelitian.....	67
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	69
4.4 Hasil Analisis SEM.....	89
4.5 Pengujian Hipotesis	92
4.6 Interpretasi Hasil	96
BAB V PENUTUP.....	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Implikasi Teoritis.....	102
5.3 Implikasi Manajerial.....	104
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	105

5.5 Saran Penelitian Mendatang.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN-LAMPIRAN	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan CV. Sumber Makmur Semarang.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3.1 Variable penelitian & Definisi Operasional	48
Tabel 3.2 Indikator Justifikasi Statistik dalam AMOS.....	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat.....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.3 Persebaran Responden Berdasarkan Penghasilan.....	63
Tabel 4.4 Persebaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	64
Tabel 4.5 Persebaran Responden Berdasarkan Umur.....	65
Tabel 4.6 Presentase Pengetahuan Produk <i>Continuousfom</i>	66
Tabel 4.7 Presentase Pengetahuan Produk <i>Continuousfom</i> dari CV. Sumber Makmur.....	66
Tabel 4.8 Presentase Pembelian Produk.....	67
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas.....	68
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	69
Tabel 4.11 Persepsi Responden Mengenai Persepsi Kualitas Produk.....	70
Tabel 4.12 Persepsi Responden Mengenai Persepsi Desain Produk.....	71
Tabel 4.13 Persepsi Responden Mengenai Persepsi Harga Kompetitif.....	72
Tabel 4.14 Persepsi Responden Mengenai Persepsi Citra Merek.....	73
Tabel 4.15 Persepsi Responden Mengenai Persepsi Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas.....	75
Tabel 4.17 Indeks Pengujian CFA Kualitas Produk.....	77
Tabel 4.18 Indeks Pengujian CFA Desain Produk.....	79
Tabel 4.19 Indeks Pengujian CFA Harga Kompetitif.....	80

Tabel 4.20 Indeks Pengujian CFA Citra Merek.....	81
Tabel 4.21 Indeks Pengujian CFA Keputusan Pembelian.....	82
Tabel 4.22 Indeks Pengujian CFA Konstruk Eksogen.....	84
Tabel 4.23 Indeks Pengujian CFA Konstruk Endogen.....	86
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Validitas.....	87
Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas.....	88
Tabel 4.26 Hasil Godness Of Fit.....	90
Tabel 4.27 Hasil Godness Of Fit Setelah Modifikasi.....	91
Tabel 4.28 Pengujian Hipotesis.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	30
Gambar	2.1 Kerangka Pemikiran Teori.....	44
Gambar	2.2 Indikator Variabel Kualitas Produk.....	45
Gambar	2.3 Indikator Variabel Desain Produk.....	46
Gambar	2.4 Indikator Variabel Harga Kompetitif.....	46
Gambar	2.5 Indikator Variabel Citra Merek.....	47
Gambar	2.6 Indikator Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Gambar	4.9 Modification Error.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Kuesioner.....	110
LAMPIRAN B Tabulasi Data Mentah Penelitian	115
LAMPIRAN C Hasil Analisis Konfirmatori Faktor.....	126
LAMPIRAN D Hasil Analisis Sem Dan Gof.....	141

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri percetakan merupakan salah satu industri dalam kategori manufaktur yang memiliki peran sangat penting dalam perekonomian dunia. Suatu negara dapat bertahan dan akan terus berkembang jika didalamnya terdapat kegiatan ekonomi yang kuat. Kegiatan ekonomi dalam industri percetakan dapat dikatakan kuat jika permintaan akan meningkat pesat saat barang mentah sudah diolah sedemikian rupa menjadi barang jadi seperti cetakan kertas sehingga memiliki nilai tambah atau *value* bagi penggunanya. Hal tersebut tentunya tidak lepas dari bantuan manusia sebagai sumber daya yang menjalankannya, serta penggunaan mesin dan peralatan yang dapat mempermudah dalam pelaksanaan pencetakan. Pertumbuhan industri percetakan dinilai melemah jika kontribusi kepada PDB (produk domestik bruto) rendah maupun sebaliknya. Terwujudnya revolusi industri adalah salah satu bentuk dukungan dari pemerintah untuk mendorong pertumbuhan industri di Indonesia.

Revolusi industri merupakan pembangunan yang dilakukan untuk memajukan dan mengembangkan industri ke arah yang lebih baik dengan bantuan digital. Pembangunan industri tidak dapat dilakukan secara sepihak, akan tetapi membutuhkan komitmen dari semua pihak dari hulu hingga hilir mulai dari pihak

masyarakat, stakeholder, pekerja, sampai dengan pihak pembuat kebijakan. Menurut Airlangga Hartarto (2018) selaku Menteri Perindustrian dalam berita okezone menjelaskan adanya revolusi industri diharapkan mampu menjadi titik terang dalam meningkatkan perekonomian Indonesia melalui industri manufaktur (Pers, 2014). Disamping itu, munculnya revolusi industri merupakan hasil dari pemikiran masyarakat saat ini yang mulai berkembang untuk memperbaiki kekurangan dari masa sebelumnya. Keberhasilan moderisasi mendorong adanya perubahan nilai-nilai kebudayaan masyarakat dalam segala aspek kehidupan, seperti pergantian teknik produksi dari cara tradisional menjadi cara modern. Moderisasi yang terjadi semakin luas ke berbagai bidang, salah satunya yaitu bidang industri percetakan.

Dampak dari adanya revolusi industri menyebabkan penurunan permintaan kertas pada industri percetakan (paperless) yang menyebabkan pendapatan percetakan CV. Sumber Makmur ikut menurun. Peran B2B marketing dianggap dapat membantu permasalahan yang sedang terjadi. Business to Business atau B2B merupakan transaksi yang dilakukan konsumen antar pelaku bisnis, yang melibatkan penjualan produk maupun jasa antar perusahaan (Umar *et al*, 2016). Penggambaran B2B secara jelas didalamnya terdapat kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu organisasi perusahaan dengan membangun citra merek yang kuat. Terdapat pihak perusahaan yang menawarkan produk kepada pihak pembeli yang juga merupakan instansi atau perusahaan yang membeli produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan perusahaannya.

Adanya beberapa faktor pengaruh yang menyebabkan B2B marketing perlu dilakukan yaitu faktor teknologi, sosial, hukum dan ekonomi yang mendorong perubahan lingkungan bisnis semakin ketat dan kompetitif. Faktor tersebut mendorong bisnis lokal maupun global mengalami perubahan lingkungan secara cepat sehingga tidak mudah diprediksi (Turban *et al*, 2015). Peran B2B marketing menjadi solusi bagi CV Sumber Makmur, Semarang dalam menjalin komunikasi yang baik dengan konsumennya secara real time di mana saja dan kapanpun. Media yang digunakan dalam B2B marketing biasanya melalui website, email, fax, pos dll. Fokus utama dari strategi marketing yang diambil oleh CV. Sumber Makmur melalui penentuan sasaran konsumen yang dituju terlebih dahulu, yaitu sebagian besar mengarah pada konsumen pelaku bisnis yang memiliki daya beli sangat tinggi, dimana tujuan membeli produk kertas *continuousform* digunakan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan berskala besar sehingga *track record* serta testimoni bernilai positif menjadi penting bagi perusahaan menunjukkan kuatnya citra merek dimilikinya.

Mengikuti perkembangan B2B Marketing yang semakin kompleks, mendorong admin (*account officer*) pada CV. Sumber Makmur berperilaku ramah dan cepat tanggap terhadap setiap pemesanan maupun komplain yang terjadi. Admin perusahaan dituntut harus memiliki pengalaman bekerja yang baik dalam menghadapi segala kondisi sehingga dapat memberikan arahan dan solusi jika konsumen menanyakan sesuatu yang berkaitan dengan produk yang dijual. Setiap bulannya admin perusahaan ini akan dievaluasi oleh perusahaan melalui rapat bulanan. Admin yang mengalami kesulitan akan dibantu oleh pihak perusahaan

untuk mencari jalan keluar dari masalah yang dihadapi sehingga diharapkan dapat menurunkan tingkat stress dalam bekerja. Disamping itu, setiap tahunnya perusahaan akan melakukan survey kepada para pelanggannya dengan cara mengunjungi sebagian perusahaan pemesan yang berada di daerah Kota Semarang serta melalui website maupun googleform. Kegiatan tersebut dilakukan untuk mengetahui penilaian pelanggan baik dari segi kualitas produk, harga maupun pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hasil dari survey tersebut akan dijadikan bahan pertimbangan bagi CV. Sumber Makmur, Semarang dalam memperbaiki sistem perusahaan.

Letak serta kenyamanan tempat usaha juga diperhatikan oleh perusahaan, dimana bertempat di dekat pusat Kota Semarang sehingga terbilang strategis dan mudah di jangkau dengan kendaraan bermuatan besar (*truk*) maupun bermuatan kecil (*mobil pickup*). Kegiatan promosi yang dilakukan oleh CV. Sumber Makmur, Semarang terbilang sangat gencar karena perusahaan tidak tanggung-tanggung mengeluarkan biaya yang cukup besar setiap harinya untuk mengelola website perusahaan, mengirim penawaran produk melalui pos hingga biaya admin lapangan untuk mendatangi sasaran konsumen untuk memperkenalkan dan menawarkan produknya secara langsung. Dengan berbagai tindakan yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan konsumen mengenal dan membeli produk yang di jual yaitu kertas continuousform atau kertas komputer.

Awal mula berdirinya usaha percetakan tersebut yaitu tahun 2000 di Jalan Brotojoya 4H No 1 Kota Semarang, bergerak dibidang cetakan kertas *continuousform* atau kertas komputer. Berbekal hanya sebanyak tiga orang

karyawan sebagai sumber daya manusia yang dimiliki, yaitu dua orang admin dan 1 orang operator mesin cetak. Tiga orang karyawan ini diberi pengarahan dan pelatihan secara terus-menerus oleh sang pemilik seputar ilmu menjalankan bisnis percetakan kertas *continuousform* sehingga usaha tersebut membuahkan hasil yang manis dari kerja keras selama ini. Keuntungan yang diperoleh dari pendapatan CV. Sumber Makmur digunakan oleh sang pemilik untuk terus mencicil mesin cetak yang mulanya hanya sanggup membeli mesin *second* atau bekas, lalu bertahap dapat membeli mesin cetakan lainnya dengan harga yang cukup mahal dengan harapan dapat menghasilkan cetakan kertas *continuousform* dengan kualitas terbaik dan harga terjangkau.

Berdasarkan keterangan cerita sang pemilik, dahulu ia mulai tertarik terjun pada industri percetakan dengan visi untuk menciptakan permintaan kertas komputer yang selalu dibutuhkan setiap waktu dan tak lekang oleh perubahan zaman. Pada awal berjalannya perusahaan tersebut, sang pemilik hanya bermodalkan tekad kuat dengan cara sebagai tenaga marketing yang dapat meyakinkan konsumen dari satu tempat ke tempat lainnya. Sulitnya perekonomian Indonesia pada krisis ekonomi tidak menghalangi semangat untuk terus berjualan. Setelah dua tahun bekerja secara *door to door*, sang pemilik menyadari bahwa permintaan kertas *continuousform* atau kertas komputer semakin hari semakin meningkat disebabkan karena pada masa itu masyarakat mulai mengenal komputer.

Sang pemilik dengan gigih merintis CV. Sumber Makmur dari nol hingga namanya mulai dikenal pada masyarakat luas, dengan cara membangun hubungan

kerja yang lebih luas lagi serta mencari informasi untuk menjadi mitra bisnis (tenaga marketing) dari beberapa perusahaan sejenis yang memasok kertas *continuousform* yang berada di kota besar lainnya seperti Kota Bandung, Jakarta, Surabaya, Medan dll. Dampak dari tingginya permintaan konsumen akan kebutuhan kertas *continuousform* menyebabkan pesanan menjadi overload, sang pemilik menjadi kewalahan menghadapi situasi tersebut. Sang pemilik yang pada masa itu hanya sebagai tenaga marketing dari beberapa perusahaan pemasok, tidak memiliki wewenang untuk menentukan target penyelesaian pesanan konsumen. Akibat dari tidak terpenuhinya seluruh permintaan kertas *continuousform* dalam waktu tertentu, berlahan-lahan konsumennya mulai menghilang karena mereka mencari percetakan yang melakukan proses produksi langsung bukan lagi distributor.

Pertimbangan sang pemilik dari pengalaman masa lalu tersebut, memberikan motivasi dalam dirinya untuk memiliki percetakan produksinya sendiri, dimana ia dapat mengatur proses produksi, proses distribusi, dan proses penjualannya dibawah kendalinya. CV. Sumber Makmur memiliki makna didalamnya yaitu dengan bisnis ini membawa kemakmuran bagi orang banyak, karena sang pemilik memiliki impian dapat memperluas lapangan kerja sehingga bisa berkontribusi untuk mengurangi jumlah angka pengangguran di Kota Semarang, serta dapat memenuhi kebutuhan cetakan kertas *continuousform* yang dimasa itu sangat sulit ditemukan.

Kerja keras dan tekak kuat menjadikan percetakan CV. Sumber Makmur dipercaya oleh beberapa lembaga seperti instansi pemerintah, kantor pos, rumah

sakit, bank, kantor, sekolah, bahkan klinik kecantikan di daerah Jawa Tengah untuk mengerjakan pesanan permintaan cetakan kertas *continuousform*. Jenis pesanan cetakan yang berdatangan kini mulai bervariasi seperti cetakan desain PPOB, kop surat, surat jalan, blank, slip gaji, kwitansi, faktur tagihan. Penilaian dari para konsumen yang mendapatkan produk yang terjamin kualitasnya serta desain sesuai permintaan dengan harga kompetitif, membuka peluang besar kerjasama yang menguntungkan kedua belah pihak. Para konsumen tetap seperti instansi pemerintah maupun perusahaan retail lainnya akhirnya memutuskan untuk menjalin hubungan kerjasama yang dilegalkan kedalam kontrak kerja bersama. Para konsumen tersebut memberikan kepercayaannya kepada CV. Sumber Makmur untuk memenuhi kebutuhan rutin perusahaan mereka dalam jangka waktu yang telah ditetapkan. Bagi CV. Sumber Makmur, kesempatan ini digunakan dengan sebaik mungkin untuk menjaga kepercayaan para langganan dalam menjalin hubungan kerja yang beretika baik. “Hasil tidak akan mengkhianati proses” sebagai kalimat yang mewakili langkah perjalanan sang pemilik membangun sebuah bisnis percetakan kertas *continuousform* yang berawal dari modal dengkul dengan tekat kaut yang sekarang menjadi percetakan yang diperhitungkan keberadaannya di Kota Semarang.

Melimpahnya pesanan cetakan kertas *continuousform* berhasil menaikkan pendapatan CV. Sumber Makmur setiap tahunnya, pendapatan yang diperoleh tersebut mendorong sang pemilik untuk meningkatkan kinerja dalam menghasilkan produktivitas yang lebih baik kedepannya. Terbukti saat ini jumlah karyawan yang dimiliki sebanyak 15 orang lebih, serta terus-menerus melakukan

pembelian mesin kecil, mesin besar, sehingga jumlah mesin yang dimiliki kurang lebih 10 mesin. Pelatihan dan pengembangan SDM juga tak lupa selalu dilakukan setiap tahunnya, tujuannya agar para konsumennya puas akan pelayanan yang diberikan oleh CV. Sumber Makmur. Sampai tahap benchmarking ke beberapa percetakan sejenis, juga dilakukan dengan harapan dapat memenuhi permintaan cetakan kertas *continuousform* yang semakin lama memiliki kapasitas besar.

Seiring dengan kemajuan teknologi yang berkembang pesat, mendorong masyarakat berperilaku sebagai konsumen selektif dimana selalu menginginkan dan memperhatikan keunggulan suatu merek dalam mengambil sebuah keputusan pembelian. Konsumen sebelum melakukan pembelian, biasanya akan membandingkan harga terlebih dahulu dari beberapa penjual, tujuannya untuk mendapatkan harga terjangkau dengan kualitas yang diinginkan. Pertimbangan tersebut mendorong individu untuk melakukan aktivitas pengambilan keputusan pembelian dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya melalui proses membeli barang atau jasa (Handoko, 2013:15). Data penjualan merupakan salah satu alat untuk mengetahui informasi transaksi dalam perusahaan dan mengukur apakah terjadi kenaikan atau penurunan permintaan cetakan kertas *continuousform*. Berikut akan ditampilkan data penjualan Percetakan CV. Sumber Makmur dalam 3 tahun terakhir :

Tabel 1.1
Data Penjualan pada CV Sumber Makmur Semarang
Bulan Januari 2015 – Bulan Desember 2017

Bulan	2015	2016	2017
Januari	260.370.300	249.090.500	235.900.200
Februari	265.400.000	245.202.750	231.050.500
Maret	263.312.050	250.210.600	240.556.500
April	262.100.000	246.500.000	245.550.100
Mei	258.980.800	250.980.000	250.990.000
Juni	256.860.100	252.000.500	248.030.200
Juli	250.900.500	255.120.050	250.750.600
Agustus	248.750.500	253.345.200	249.050.100
September	242.099.100	250.200.100	255.330.050
Oktober	240.320.200	249.234.000	260.000.300
November	239.900.500	245.000.000	263.345.000
Desember	221.202.300	247.055.500	260.320.200
TOTAL	Rp. 3.010.196.350	Rp. 2.993.939.200	Rp. 2.990.873.750

Sumber : CV. Sumber Makmur Semarang, 2017

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut, dapat diketahui bahwa rata-rata penjualan CV. Sumber Makmur Semarang menunjukkan kondisi yang negatif karena setiap tahunnya selalu mengalami penurunan penjualan. Jumlah penurunan rata-rata penjualan sebesar -0,00052. Angka tersebut memberikan asumsi bahwa permintaan cetakan kertas *continuousform* tidak stabil bahkan menurun.

Kertas *continuousform* atau yang lebih dikenal sebagai kertas komputer merupakan suatu produk yang terus digunakan secara kontinu, berkala atau terus-menerus oleh perusahaan besar, perusahaan kecil, ukm, toko ritel dan instansi pemerintah. Kertas *continuousform* awalnya berupa *pulp* sebagai bahan baku kertas, lalu diproses menjadi gulungan kertas roll berupa HVS, NCR. Pertama, jenis kertas NCR adalah kertas yang mengandung karbonis sehingga membuat tulisan tembus ke lembar berikutnya. Kertas jenis juga mempunyai 3 jenis ply yaitu top (atas), middle (tengah) dan bottom (bawah), selanjutnya akan diolah melalui mesin cetak sehingga akan menghasilkan kertas *continuousform* dengan ukuran beragam sesuai permintaan konsumen. Bentuk kertas memanjang ke bawah yang memiliki lubang – lubang kanan kiri dan porporasi pembagi kertas sehingga dapat dimasukkan ke dalam printer dot dengan prinsip mekanisme traktor feed, kemudian melalui komputer tersebut kertas cetakan itu dapat digunakan untuk mencetak bukti, arsip maupun dokumen penting. Kedua, jenis kertas HVS merupakan kertas memiliki gramatur yang beraneka ragam seperti 60 gr, 70 gr, 80 gr hingga 100 gr. Kertas ini tidak memiliki karbonis sehingga tidak tembus seperti kertas NCR. Kebutuhan masyarakat akan penggunaan kertas menjadikan cetakan kertas *continuousform* tetap eksis karena

selalu dibutuhkan oleh sebagai media yang memudahkan untuk penulisan, pencatatan dan pelaporan dokumen walaupun di era digital yang serba online.

Kondisi tersebut sekaligus menjadi tantangan bagi percetakan CV. Sumber Makmur untuk menghasilkan kualitas produk cetakan baik, dan menciptakan persepsi harga di benak konsumen. Didukung melalui citra merek dan minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan sikap individu dalam memilih untuk memutuskan membeli dan memakai suatu barang atau jasa, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dirinya dan siap untuk menerima risiko yang ada sewaktu-waktu (Hidayati, 2014:62). Indikator yang diangkat dalam keputusan pembelian yaitu kemantapan pembelian, membeli tanpa pertimbangan dan berani mengambil risiko pembelian. Segi aspek kehidupan hampir setiap hari konsumen selalu mengambil berbagai keputusan. Salah satunya yaitu keputusan pembelian dimana dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif. Evaluasi beberapa pilihan alternatif tersebut bertujuan untuk memilih alternatif terbaik melalui proses mengintegrasikan kombinasi pengetahuan (Sangadji dan Sopiah, 2013).

Dalam menghasilkan suatu produk, percetakan CV. Sumber Makmur selalu memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan seperti produk cetakan kertas *continuousform*. Produk menjadi salah satu elemen penting karena dinilai sebagai bentuk transaksi barang yang sah antara penjual dan pembeli. Kualitas produk memiliki peranan penting dalam terciptanya produk yang nantinya dapat disukai dan diminati konsumen. (Kotler dan Armstrong 2014:253) Kualitas produk dapat dikatakan sebagai sebuah karakter yang mewakili suatu produk yang

mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga dapat memuaskan dirinya. Kualitas produk terdapat indikator berupa kertas bersih, cetakan kertas jelas, dan kertas tidak mudah sobek. Demi tercapainya kualitas produk terbaik yaitu dengan cara memperbaiki dan meningkatkan standarisasi pada proses pencetakan kertas *continuousform*. Terdapat standar ukur dalam menetapkan nilai atas kesesuaian suatu produk, produk tersebut dapat dikatakan semakin berkualitas jika semakin sesuai dengan standar yang ditetapkan (Handoko dalam Prajati, 2013). Hal ini juga sebagai salah satu bentuk antisipasi dari CV. Sumber Makmur dalam menghadapi persaingan industri percetakan kertas. Dengan standarisasi yang jelas akan kualitas produk cetakan kertas *continuousform* menjadi salah satu kunci agar tetap bertahan dalam ketatnya persaingan.

Persaingan dunia industri percetakan semakin kompetitif menyebabkan CV. Sumber Makmur harus memperhatikan indikator desain produk yaitu variasi ukuran, variasi warna dan desain mengikuti permintaan konsumen. Keberadaan desain produk yang tepat dapat mempengaruhi konsumen agar lebih leluasa memilih produk yang ditawarkan. Desain produk merupakan karakteristik suatu produk yang memiliki ragam bentuk, ukuran dan warna yang dapat beradaptasi dan bertahan dalam keadaan persaingan pasar yang dapat berubah sewaktu-waktu (Rachman, 2014). Pemikiran konsumen dalam mengambil keputusan pembelian juga selalu mempertimbangkan citra merek yang berkualitas, dimana terdapat indikator yaitu preprinted form 9 warna, cetakan memiliki desain khusus, serta cetakan berbasis desain security. Perusahaan perlu melakukan usaha besar dalam

menciptakan dan meningkatkan citra suatu merek dibenak konsumen (Maslichah, 2013). Terbentuknya citra merek suatu produk menyebabkan perusahaan tidak bisa mengubahnya lagi, maka dari itu perlu adanya kewaspadaan dalam membentuknya. Gambaran citra merek juga sebagai bukti bahwa perusahaan sudah konsisten menjaga kepercayaan konsumen.

Tolak ukur keberhasilan dalam penjualan produk cetakan kertas *continuousform* juga dapat dilihat melalui citra merek yang dibangun oleh percetakan CV. Sumber Makmur, dimana posisi citra merek sudah cukup kuat bersaing dengan kompetitor lain. Memposisikan citra merek memerlukan usaha untuk menciptakan pencitraan suatu perusahaan yang berlandaskan pada keyakinan kuat atas merek sebuah produk sehingga tumbuh pula keyakinan dalam diri konsumen (Kotler dan Armstrong, 2014:233). Bagi konsumen, orientasi pembelian cetakan kertas *continuousform* dapat ditentukan melalui harga kompetitif. Konsumen memiliki ketertarikan harga suatu produk tertentu berdasarkan indikatornya yaitu adanya harga terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan potongan harga terhadap pembelian secara grosir (diskon bersyarat). (Sasongko, 2013) Penilaian yang dilakukan oleh konsumen dalam menentukan harga tersebut termasuk harga kompetitif atau tidak berdasarkan kesesuaiannya terhadap kualitas produk yang dinilai layak. Berdasarkan latar belakang diatas serta data-data pendukung, maka melalui penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis faktor pengaruh kualitas produk, desain produk melalui citra merek dan harga kompetitif terhadap keputusan pembelian, (studi pada CV. Sumber Makmur Semarang).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap citra merek?
2. Apakah terdapat pengaruh desain produk terhadap citra merek?
3. Apakah terdapat pengaruh harga kompetitif terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian?
5. Apakah terdapat pengaruh harga kompetitif terhadap keputusan pembelian?
6. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap citra merek
2. Menganalisis pengaruh desain produk terhadap citra merek
3. Menganalisis pengaruh harga kompetitif terhadap citra merek
4. Menganalisis pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian
5. Menganalisis pengaruh harga kompetitif terhadap keputusan pembelian
6. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini yaitu :

1. Bagi Perusahaan CV. Sumber Makmur

Memberikan masukan informasi bagi pihak manajemen untuk menentukan langkah yang tepat dalam rangka untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan memperhatikan faktor-faktor tertentu sehingga perusahaan mampu meningkatkan volume penjualan, memperluas pangsa pasar serta merumuskan kebijakan pemasaran.

2. Bagi Konsumen

Memberikan pemahaman dan tambahan informasi kepada para konsumen dalam melakukan proses keputusan pembelian suatu produk.

3. Bagi Peneliti

Meningkatkan pengetahuan peneliti dalam memahami variabel-variabel serta indikator terkait dengan penelitian yang berpengaruh pada keputusan pembelian yang dilakukan konsumen berdasarkan lapangan.

4. Bagi Kalangan Akademik

Memberikan kontribusi pengembangan ilmu pengetahuan/ referensi khususnya dibidang pemasaran, serta baik untuk mahasiswa yang membutuhkan bahan acuan untuk penelitian yang sejenis maupun bagi umum.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai pengertian kualitas produk, desain produk, harga kompetitif, citra merek, keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teori, hipotesis, dan dimensional variabel.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai objek dan lokasi penelitian, populasi dan sampling, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai gambaran identitas responden, tanggapan responden tentang kualitas produk, desain produk, harga kompetitif, citra merek, keputusan pembelian, hasil dan analisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir penulisan skripsi yang harus memuat kesimpulan, implikasi manajerial, saran, keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan.