

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Penerbitan surat kabar merupakan bagian integral dari keseluruhan sistem pelayanan informasi yang melayani masyarakat dengan berbagai jenis pelayanan. Informasi mempunyai peranan besar dalam meningkatkan derajat hidup masyarakat, dalam pemberian pelayanan informasi yang optimal di masyarakat diperlukan sumber daya yang berkualitas, dengan menggunakan sumber daya yang ada diharapkan penerbitan surat kabar dapat menghasilkan suatu output yang maksimal berupa produk atau jasa untuk meningkatkan pelayanan. Untuk masalah-masalah tersebut haruslah disadari bahwa keberhasilan penerbitan surat kabar antara lain disebabkan sumber daya manusia, sehingga sumber daya manusia dipandang sebagai asset perusahaan, bahkan merupakan investasi perusahaan apabila tenaga tersebut merupakan tenaga yang terampil.

Keberhasilan pelayanan konsumen di pasaran tidak terlepas dari berbagai faktor pelayanan pemasaran yang biasa disebut dengan strategi pemasaran, Oleh karena itu, agar dapat terus mengembangkan dirinya dan untuk kelangsungan hidup organisasi, manajemen pemasaran perlu melakukan peningkatan kualitas produk dan promosi. Dalam hal ini peningkatan kualitas produk dan promosi yang diharapkan adalah agar mampu meningkatkan penjualan semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

Keberhasilan suatu perusahaan sangat di pengaruhi oleh proses pemasarannya. Setiap organisasi maupun perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya dengan harapan apa yang menjadi tujuan perusahaan tercapai. Untuk mencapai hasil tersebut di perlukan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen terdiri dari banyak faktor, diantaranya, yaitu kualitas produk, harga dan promosi.

Kondisi pemasaran produk yang sangat dinamis, membuat para pelaku pasar dan produsen berlomba untuk memenangkan kompetisi yang sangat ketat ini. Setiap saat baik melalui media koran, televisi, radio, majalah, maupun internet kita bisa melihat produk baru seolah tidak pernah berhenti. Produk-produk yang di tawarkan begitu beragam dan mereknya pun bervariasi. Hal ini tentu saja membuat konsumen lebih leluasa dalam menentukan pilihannya. Sementara bagi produsen, hal ini menjadi tantangan yang membuat nya harus bekerja keras demi mempertahankan loyalitas para konsumennya. Oleh karena itulah upaya mempertahankan loyalitas konsumen adalah hal yang harus dilakukan oleh setiap produsen.

Kebutuhan masyarakat yang berkaitan dengan informasi semakin tahun semakin meningkat, seiring perkembangan jaman, agar tidak ketinggalan dalam memperoleh informasi dari berbagai media. Salah satunya adalah melalui surat kabar atau di sebut dengan koran, karena koran merupakan sumber informasi yang cukup lengkap ruang lingkupnya mulai dari daerah, nasional, maupun internasional. Oleh karena itu koran sangat dibutuhkan masyarakat karena

mengandung banyak informasi dan berbagai jenis berita, harganya pun sangat terjangkau di kalangan masyarakat.

Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yang bergerak dibidang industri, penjualan maupun jasa. Dengan keadaan seperti ini, kemungkinan perusahaan – perusahaan tersebut akan mengeluarkan produk yang sejenis. Perusahaan seharusnya menyadari bahwa dengan adanya persaingan tersebut sangat sulit untuk membangun reputasi perusahaan, demikian pula sebaliknya sangat mudah untuk kehilangan reputasi tersebut ( Supariyani, 2004). Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis dan produk substitusi, maka manajemen perusahaan harus mampu mengelola perusahaannya dengan baik. Supaya proses adopsi pasar disuatu wilayah dapat berjalan dengan baik. Perusahaan di tuntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen dan perusahaan juga harus mampu menciptakan produk sesuai dengan selera konsumen untuk mencapai proses adopsi pasar. Selain itu juga di butuhkan strategi pemasaran produk yang baik.

Dengan strategi pemasaran produk yang baik, maka akan meningkatkan penjualan dan dapat merebut pangsa pasar. Jika hal tersebut terjadi, maka dapat dipastikan perusahaan akan mendapatkan hasil yang maksimal. Sebaliknya, jika strategi dan proses pemasarannya kurang tepat, maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan memberi dampak penurunan pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan tersebut.

PT. Joglosemar adalah salah satu perusahaan penerbitan surat kabar yang setiap harinya selalu menerbitkan berita baru sesuai dengan perkembangan informasi yang ada. Penjualan koran joglosemar meliputi daerah DIY, Soloraya, juga daerah Semarang dan sekitarnya. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan penjualan korannya di wilayah tersebut, termasuk di wilayah soloraya, karena selain joglosemar juga masih ada beberapa surat kabar yang lain, seperti Solopos, Jawapos, Harian Jogja, dan lain – lain yang akan menjadi saingan Joglosemar.

Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian dalam rangka untuk menilai apakah harga, promosi, dan kualitas produk layak dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan guna mencapai tujuan. Dengan melihat kondisi tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN JOGLOSEMAR (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2014)”.

## **B. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah, perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS?

3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS?
4. Apakah secara bersama-sama kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS?
5. Faktor manakah diantara kualitas produk, harga, dan promosi yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang masalah, perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama.
2. Mengidentifikasi faktor manakah yang paling dominan terhadap keputusan pembelian koran joglosemar pada mahasiswa UMS.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat-manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mendukung pendapat Assael mengenai pengembangan model perilaku konsumen bahwa rangsangan perusahaan dalam penelitian ini berupa kualitas produk, harga, dan promosi turut mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

## 2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam mengevaluasi citra koran joglosemar melalui kualitas produk, harga, dan promosi.

## 3. Secara metodologi

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau kajian bagi penelitian sejenis.

### **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memberikan teori-teori yang memberikan dasar dan mendukung penyelesaian masalah dalam menyusun skripsi, terdiri dari pemasaran, kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian, perilaku konsumen, penelitian sebelumnya, hipotesis penelitian, dan kerangka berpikir.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini meliputi ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan metode analisis data.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum dari objek penelitian, hasil-hasil data, dan pembahasannya.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian serta saran-saran yang perlu disampaikan untuk subjek penelitian.