

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Melihat suatu perkembangan industri pada saat ini menuntut seluruh perusahaan agar dapat menghasilkan produk dan jasa yang mempunyai kualitas unggul, mulai dari biaya pesaing dan pengiriman yang tepat terhadap pelanggan. Disetiap usaha juga harus dapat menjalankan operasionalnya dengan efektif, efisien dan dapat mampu menyesuaikan untuk perubahan bisnis yang dinamis dalam menghadapi suatu kompetisi global.

Dimasa yang akan datang perkembangan kemajuan teknologi akan semakin meluas, dan kini dunia sedang dalam keadaan suatu ledakan informasi, dan industri percetakan akan terus semakin berkembang untuk memberikan suatu informasi kedalam abad yang baru nantinya. Perkembangan percetakan ini akan semakin meluas dengan mengembangkan dan memberikan informasi, begitu dengan negara Indonesia yang tidak luput dengan suatu kemajuan dan perkembangan percetakan. PT. CATHAY Digital Printing berdiri pada kurang lebih 50 tahun berfokus menjadikan perusahaan ini selalu mengedepankan desain yang tidak mengecewakan konsumen dan memberikan layanan terbaik kepada konsumen yang berkebutuhan kusus di dunia percetakan. PT. CATHAY Digital Printing menawarkan kualitas terbaik dari pesaing, CATHAY Digital Printing akan terus mengedepankan inovasi terbaru dengan berada didepan tren dengan melayani sebanyak mungkin konsumen secara eksternal atau bahkan keseluruhan dunia.. PT. CATHAY Digital Printing akan selalu menambahkan produk baru salah satu tujuan utamanya menjadikan bahan yang ramah lingkungan dalam cara berbisnis. Pada era saat ini sangat diharapkan peran dunia pendidikan akan selalu memberikan dukungan dari segala aspek sumbangan pemikiran dan karya nyata dalam membantu perkembangan bangsa dan negara yang lebih baik kedepannya. Dalam dunia usaha saat ini menuntut kita mendapatkan SDM yang unggul dan dapat mampu bersaing. Hal ini sangat diperlukan sekali untuk bagian tenaga kerja

harus memiliki keahlian profesional yang tinggi agar mampu menghadapi perkembangan dari pesaing global dimasa kini maupun dimasa yang akan mendatang.

Estetika penawaran tidak lepas dari desain produk dimana konsumen akan menjadi tertarik, hal tersebut disengaja untuk dapat menyenangkan hati para konsumen dikemas dan disajikan pada fakta produk dan informasi, usaha ini sangat membutuhkan proses dari berbagai segi pengaturan, bentuk, kata-kata, tata letak gambar, hingga menentukan gradasi warna, agar dapat memberikan kesan indah terhadap keputusan pembelian pada CATHAY Digital Surabaya

CATHAY Digital Surabaya merupakan usaha yang berkaitan dengan menggunakan komputer mesin-mesin digital printing, keberadaan ini kerap kali diperhitungkan dengan banyaknya perkembangan yang sangat pesat dengan memiliki banyak peminat dari jenis segi penawaran lainnya yang berkaitan pada digital printing hal ini telah menjadi kebutuhan semua kalangan umum, mulai dari terkecil hingga terbesar , masyarakat berani membayar biaya dengan tarif cukup besar untuk melakukan jasa desain produk ini

Proses yang dihasilkan pada cetakan ini, kerap kali di gunakan seperti, flat, mesin potong, cetakan ofset, dan tim yang terlibat secara langsung membantu orderannya. Dapat diketahui hal ini dimulai pada kebutuhan anak sekolah, keperluan instansi, kebutuhan kantor, dan lain-lain, hubungan baik pada pihak yang bersangkutan dapat terjalin dengan baik dalam menjaga kualitas produk agar dapat mendapat pesanan dengan jumlah banyak dengan menerapkan sistem pelayanan prima menjaga kepercayaan pada konsumen. Yang dilakukan konsumen mengambil keputusan pada produk yang dibeli terdapat pengaruh oleh persepsi terhadap desain produk dan promosi . Membentuk desain produk atau memberikan atribut pada desain produk. Promosi merupakan variabel pada baruan pemasaran dalam memasarkan produk atau jasanya yang sangat penting.

Peneliti menurut Hasan Wibowo Menyampaikan pendapat bahwa Desain lebih dari sekedar kulit luar. Desain merupakan jantung produk. Penampilan produk yang dimiliki tidak hanya dilihat pada desain yang baik saja tapi juga manfaatnya. Salah satu komponen yang dijadikan desain produk agar dapat memenuhi keputusan konsumen yang diinginkannya, berharap unsur-unsur yang dilihat penting mempunyai perbandingan atau perbedaan pesaing yang digunakan untuk dasar pengambilan keputusan

Untuk dapat menciptakan layanan yang profesional dan mengembangkan konsep dapat mengoptimalkan konsep serta spesifikasinya dengan melihat nilai, fungsi, dan tampilan produk yang sistemnya lebih menguntungkan pada produsen maupun konsumen

Memberikan suatu bentuk unsur untuk dapat membujuk mengenai jasa atau produk baru sehingga perusahaan melakukan Promosi dapat menggunakan penjualan pribadi, iklan, peromosi penjualan maupun publikasi

Minat beli konsumen dipengaruhi secara langsung pada pembentukan sikap terhadap merk, secara langsung yang dipengaruhi oleh konsumen yang persepsinya mengarah ke produk dan pesan. Melalui proses kognitif sikap terhadap merk bekerja pada rangsangan, selanjutnya mempengaruhi minat beli konsumen pada produk yang ditawarkan

Totalitas keistimewaan terletak pada desain produk yang dapat mempengaruhi fungsi dan tampilan pada produk dari segi keinginan konsumen, melihat ketatnya persaingan salah satu cara pada desain produk untuk mempromosikan dan mendiferensiasikan terletak pada desain parameter. Hal ini menegaskan pada senuanya betapa sukarnya tugas desain produk dalam segala keterbatasannya, operator desain harus dapat mengetahui dan memahami lebih baik lagi apa yang dapat diinvestasikan untuk perkembangan daya tahan, kinerja, model, kemudahan perbaikan dan lain-lain. Untuk dapat mempengaruhi seseorang, maka cara yang terbaik ialah dapat memahami apa yang ada dalam

pikirannya, bukan sekedar informasi terkait orang itu saja, melainkan melihat lebih jauh bagaimana proses informasi berjalan lancar dan memanfatkannya. Pada penelitian yang diuji Nugi Prayoga (2018) terkait pengaruh Desain produk dan promosi terhadap keputusan pembelian menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan, bahwa dapat disimpulkan semakin bagus kualitas produk yang ditawarkan baik segi kualitas kinerja, mutu kesesuaian atau semakin banyaknya variasi model maka akan memberikan suatu manfaat bagi konsumen. Hasil penelitian selanjutnya menyatakan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap desain produk. Melihat kondisi yang menunjukkan bahwa semakin sering Prima Graphia melakukan kegiatan promosi yang mereka tawarkan kepada konsumen, maka akan semakin dikenal produk tersebut oleh banyak kalangan masyarakat sehingga dapat membangkitkan hasrat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Dari hasil latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti mengambil kesimpulan dengan judul : **“PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. CATHAY DIGITAL SURABAYA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut beberapa rumusan masalah yang diambil dari uraian diatas sebagai berikut:

1. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. CATHAY Digital Surabaya
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. CATHAY Digital Surabaya
3. Apakah Desain Produk dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. CATHAY Digital Surabaya

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari persoalan dari pokok permasalahan atau batasan masalah tersebut, peneliti dapat memberikan kemudahan dalam melakukan pembahasan sehingga peneliti dapat menggapai tujuan tersebut dengan baik. Adapun pembahasan yang akan diuraikan hanyalah keputusan pelanggan pada CATHAY Digital Surabaya

1.4 Tujuan Penelitian

Dari hasil uraian rumusan masalah diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Desain Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada PT. CATHAY Digital Surabaya
2. Untuk mengetahui Promosi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada PT. CATHAY Digital Surabaya
3. Untuk mengetahui Desain Produk dan Promosi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. CATHAY Digital Surabaya

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini penulis memiliki beberapa manfaat dengan perusahaan atau suatu pihak yang terikat. Berikut manfaat bagi penulis :

1. Bagi Perusahaan
Menjadikan suatu pertimbangan dan evaluasi yang baik untuk kedepannya dalam mengambil suatu keputusan atau kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan CATHAY Digital khususnya mengenai Desain produk dan Promosi.
2. Bagi Penulis
Penelitian ini mendapatkan banyak wawasan terkait teori dan pengetahuan serta dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapat untuk bisa diterapkan dalam dunia nyata
3. Bagi pihak lain

Memberikan suatu informasi atau penjelasan dan bacaan bagi seseorang yang melakukan jenis penelitian yang sejenis dengan nalar atau pembahasan yang sama

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memudahkan pemahaman dari hasil yang dijabarkan diatas, maka penulis dapat menyusun kerangka sistem sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjabarkan suatu pembahasan latar belakang masalah yang menjadi salah satu acuan penting bagi peneliti. Menjelaskan teori – teori, agar penelitian yang dijabarkan sesuai dengan pembahasan dan tidak menyimpang. Tujuan peneliti yang menjelaskan tujuan penulis meneliti perusahaan tersebut, sistematika penulisan dan manfaat penelitian untuk dapat memberikan gambaran umum dari bab ke bab tersebut.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini memberikan penalaran yang berhubungan dari pembahasan hasil penelitian sebelumnya. Teori tersebut dapat diambil dari referensi dan informasi lain yang terlibat dari hasil pembahasan tersebut.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan perkembangan yang dilakukan oleh penulis untuk membahas suatu penelitian yang berkaitan dengan menganalisis masalah. Agar hasil yang dilakukan bisa sesuai, maka perlu dilakukan alur penelitian yang teratur dan tepat.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini hasil pengamatan yang diteliti oleh PT. CATHAY Digital Surabaya menjelaskan inti dari rumusan masalah dimana terdapat visi misi perusahaan, gambaran umum perusahaan, analisis data, karakteristik responden, dan pengaruh desain produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada CATHAY Digital Surabaya

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memberikan penalaran suatu pembahasan dimana berkaitan memberi kesimpulan dan saran bagi peneliti agar dapat memberikan masukan mengenai pembahasan yang kurang berfungsi untuk meringkas ide-ide pendukung dalam sebuah pemaparan