

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A Latar Belakang Masalah

Di era perkembangan teknologi saat ini, banyak orang mencoba bisnis baru yang berbasis teknologi dan layanan dengan tujuan untuk mempermudah konsumen memenuhi kebutuhan mereka yang terus berkembang. Salah satu bentuk bisnis yang menyediakan layanan dan produk bergantung dengan teknologi adalah tempat percetakan. Menurut data terbaru dari Asosiasi Industri Percetakan Indonesia (AIPI), industri percetakan Indonesia mencatatkan bahwa pada tahun 2024 usaha percetakan akan stabil di 73,5%. Terutama saat masa pemilihan umum tahun ini, bisnis percetakan meningkat 10% dari tahun-tahun sebelumnya. (Sumber : [www.kompasindo.co.id](http://www.kompasindo.co.id) ).

Salah satu wilayah di Jakarta yang memiliki persaingan ketat di bidang percetakan adalah Kelapa Gading. Tempat percetakan di daerah Kelapa Gading sendiri terdapat lebih dari 60 lokasi. Bisnis-bisnis percetakan tersebut menyediakan berbagai layanan yang menarik dan up-to-date, mulai dari percetakan dokumen, banner, percetakan digital, percetakan baju, dan percetakan kain. Dari 60 lebih lokasi percetakan yang beragam di Kelapa Gading, salah satu nama yang sudah berdiri sejak 1996 adalah Bianca *Printing*. Walaupun banyak pesaing yang muncul dari tahun ke tahun belakangan ini, Bianca *Printing* masih bisa bertahan selama 28 tahun. Salah satu pesaing Bianca *Printing* yang baru berdiri di Kelapa Gading adalah Snapy yang sudah menawarkan layanan percetakan yang beragam. Snapy sudah membuka 2 gerai di Kelapa Gading dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sudah memiliki 73 gerai di seluruh Indonesia. Di tengah banyaknya pesaing yang lebih dikenal dan bisnis-bisnis percetakan yang baru buka, Bianca *Printing* masih mampu mempertahankan eksistensinya selama lebih dari dua dekade.

Bianca *Printing* dapat bertahan walaupun banyak pesaing percetakan yang buka di dekat wilayah bisnis tersebut. Menurut Sandi (2021), Persaingan dari inovasi, keberagaman produk, kualitas layanan, dan citra merek merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan adalah citra merek. Citra merek sendiri menurut Wardhana (2022:105), adalah pemaknaan dari segala persepsi terhadap suatu merek yang dibuat dengan informasi dan pengalaman konsumen di masa lalu. Citra merek yang kuat dapat memperkuat loyalitas pelanggan walaupun sudah banyak percetakan lain yang lebih besar namanya.

Menurut MUKTI dan Aprianti (2021) Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen merupakan kualitas layanan. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan nilai tambah bagi konsumen. Jika nilai yang dirasakan konsumen cukup tinggi, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Kualitas layanan bisa dinilai dari beberapa hal seperti, kecepatan layanan, hasil yang tepat, dan layanan yang dapat membantu konsumennya. Dalam persaingan bisnis, kualitas layanan merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian dari konsumen.

Berikut ini merupakan beberapa hasil-hasil ulasan google mengenai Bianca *Printing* dari 2024:

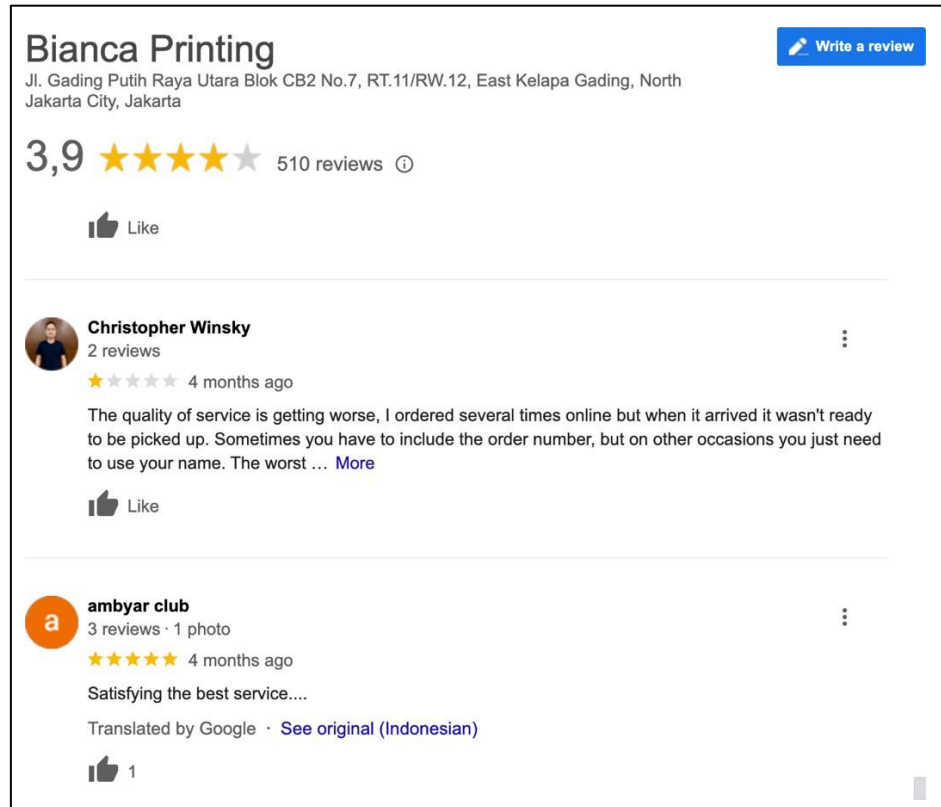
**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Gambar 1.1**  
**Ulasan Google Bianca Printing**



Sumber : Ulasan Google Bianca *Printing*

Dari gambar di atas bisa dilihat bahwa kualitas layanan Bianca *Printing* tidak konsisten dalam melayani pelanggannya. Masih banyak ulasan *google* yang kecewa akan kualitas layanan Bianca *Printing*. *Google* merupakan *search engine* yang sudah di pakai banyak orang, dengan adanya ulasan *google* yang kurang baik calon pelanggan yang berminat untuk melakukan transaksi jasa di Bianca *Printing* akan meragukan citra merek yang kurang baik.

Perilaku pascapembelian merupakan tahap penting dalam proses keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler et al., (2022; 97), perilaku pascapembelian adalah tahap dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah pembelian berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka. Pada kasus Bianca *Printing*, ulasan *Google* yang beragam menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pelanggan dengan layanan yang diterima, yang dapat mempengaruhi perilaku pascapembelian mereka.

Kepuasan konsumen memainkan peran penting dalam membentuk cara konsumen berinteraksi dengan perusahaan. Ketika pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka cenderung membeli lagi dan merekomendasikannya kepada orang lain. Jika tidak, konsumen cenderung meninggalkan tanggapan negatif dan beralih ke pesaing. Dalam industri percetakan yang kompetitif, perilaku pascapembelian perlu dipahami dan dikelola untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang.

Ketika konsumen sudah mengambil keputusan untuk membeli dan setia terhadap suatu jasa dan produk dari suatu perusahaan maka konsumen sudah memiliki hubungan yang baik dengan perusahaan dari jasa atau produk tersebut. Kebutuhan dan ekspektasi konsumen juga sudah terpenuhi saat mereka mengonsumsi jasa dan produk yang sudah di beli.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik untuk membahas citra merek dan kualitas layanan yang akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan di Bianca *Printing*. Oleh karena itu penelitian ini memiliki judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Perilaku Pascapembelian Bianca *Printing* di Kelapa Gading”

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana citra merek Bianca *Printing* menurut konsumennya?



2. Bagaimana kualitas layanan Bianca *Printing* menurut konsumennya?
3. Bagaimana citra merek Bianca *Printing* mempengaruhi perilaku pascapembelian?
4. Bagaimana kualitas layanan Bianca *Printing* mempengaruhi perilaku pascapembelian?

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**C Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh citra merek Bianca *Printing* terhadap perilaku pascapembelian konsumen?
2. Apakah pengaruh kualitas layanan Bianca *Printing* terhadap perilaku pascapembelian konsumen?

**D Batasan Penelitian**

Batasan penelitian yang ditetapkan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah Bianca *Printing*
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli jasa Bianca *Printing* minimal satu kali.
3. Periode penelitian dimulai dari bulan Oktober 2024 sampai dengan Januari 2025



## E. Rumusan Masalah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah yang ada di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap perilaku pascapembelian Bianca *Printing* di Kelapa Gading?”

## F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek Bianca *Printing* terhadap perilaku pascapembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan Bianca *Printing* terhadap perilaku pascapembelian.

## G. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Bagi Perusahaan Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemikiran dan masukan bagi pihak manajemen terutama

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

tentang pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap perilaku pascapembelian.

## 2. Manfaat Teoritis

Bagi Penulis Penelitian ini dapat berguna untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap perilaku pasca pembelian. Melalui penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas kepada penulis dan menciptakan karya lainnya yang lebih baik dimasa yang akan datang.

### **© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

