

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peran media massa dalam kehidupan sosial manusia sangatlah penting, setiap hari media massa selalu hadir memberikan informasi- informasi terbaru tentang kejadian-kejadian yang menjadi topik pembicaraan baik di dalam maupun luar negeri. Masyarakat secara tidak langsung memiliki kebutuhan untuk mengkonsumsi berita-berita tersebut, melalui televisi, radio, surat kabar, majalah dan internet. Hal ini yang menjadikan fungsi media massa sebagai alat komunikasi terus mengalami perkembangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang haus akan informasi berita yang luas serta lengkap. Seiring dengan kemajuan teknologi di era globalisasi ini, perkembangan media massa di Indonesia juga terus meningkat, baik media cetak maupun elektronik. Bahkan adanya media massa surat kabar yang berisi berita-berita atau segala informasi terbaru dapat diakses menggunakan media internet yang dapat memberikan informasi yang lebih lengkap belum pernah masyarakat ketahui atau tidak dicetak di surat kabar dan media-media yang lain. Keberadaan media-media tersebut memiliki tujuan yang sama yaitu untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat luas.

Media surat kabar adalah salah satu sumber informasi bagi masyarakat luas yang bersifat aktual dan faktual, sehingga berbagai macam informasi seperti

masalah ekonomi, sosial, politik, hukum, kriminal, budaya, teknologi, olahraga ataupun hiburan tersaji didalamnya. Selain itu surat kabar mampu membentuk opini masyarakat serta sebagai alat pendidikan dan promosi. Surat kabar memiliki ciri kas yaitu berbentuk lembaran-lembaran kertas, berukuran tertentu dan memuat berita berbentuk tulisan atau simbol.

Dengan semakin berkembangnya media informasi surat kabar saat ini membuat masyarakat menjadi tidak tertinggal informasi yang ada di sekitar kita maupun dunia. Surat kabar di jaman yang sekarang ini sudah mulai berkurang peminatnya di karenakan adanya teknologi yang semakin maju. Perkembangan media yang tumbuh begitu pesat, sehingga mengarah pada gejala persaingan yang sangat kuat di antara perusahaan-perusahaan dengan visi misi dan karakteristik yang berbeda-beda dengan pangsa pasar yang berbeda pula.

Masyarakat dengan kebutuhan informasi yang berbeda-beda dengan keinginan masyarakat sebagai konsumen lebih mengedapankan informasi yang berguna serta mendidik dan relevan untuk pembacanya. Keanekaragaman pemberitaan, kemudahan mendapatkan surat kabar serta harga surat kabar yang terjangkau dan promosi yang mudah dimengerti oleh konsumen.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2000). Seseorang merasakan kepuasan fungsional yang merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi produk yang dimanfaatkan dan kepuasan psikologis yang merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat

tidak berwujud dari semua produk menaikkan gengsi, menciptakan citra pribadi tertentu (Fandy Tjiptono, 1999).

Kualitas Produk yang merupakan sesuatu yang didambakan konsumen. Kualitas jasa produk informasi yang bagus tentu sangat dibutuhkan konsumen dalam kegiatan komunikasi sehari-hari. Semakin tinggi derajat kualitas produk jasa informasi yang diberikan semakin tinggi pula kepuasan yang diterima konsumen. *American Society for Quality Control* mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat (Philips Kotler dan A B Susanto, 2001).

Harga merupakan variabel yang sangat penting untuk diperhatikan, di samping karena harga mempengaruhi jumlah pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan, harga juga dapat menjadi sebuah nilai yang akan diterima oleh konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2001) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan hal yang memegang peranan penting bagi kepuasan konsumen.

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi untuk mempengaruhi atau membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli

dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Fandy Tjiptono, 1999). Merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat non personal. Media yang sering digunakan dalam advertensi adalah radio, TV, majalah, surat kabar dan *billboard* (papan iklan) (Sofyan Assauri, 1999).

Media informasi seperti surat kabar yang berkembang di kota Purwokerto yaitu harian surat kabar Radar Banyumas yang dimiliki oleh Jawa Pos Group ini berdiri sejak tahun 1998. Promosi yang digunakan oleh Radar Banyumas dengan cara mengiklankan melalui website resminya www.radarbanyumas.co.id dan menjadi media massa yang memberikan informasi dapat disebut juga surat kabar atau koran yang terlengkap di Banyumas, Purbalingga, Cilacap, Banjarnegara dan Kebumen ini. Dengan harga yang terjangkau oleh konsumen yaitu Rp 2.500,00 dan untuk berlangganan Rp 58.000,00 dengan 24 lembar halaman berita konsumen sudah dapat membaca berita dari ekonomi, hiburan, olahraga, politik dan kesehatan. Pada surat kabar Radar Banyumas dilengkapi dengan nomor-nomor telpon penting dari kepolisian, rumah sakit, perusahaan listrik negara dan lainnya untuk wilayah Banyumas, Purbalingga, Cilacap, Banjarnegara dan kebumen. Serta adanya keanekaragaman isi dan ditambahkan bahasa jawa ngapak dalam beritanya.

Pada dasarnya organisasi bisnis surat kabar ini harus memberikan informasi yang terpercaya, sudah terjadi dan sedang terjadi. Kualitas produk dan layanan adalah yang terpenting bagi perusahaan untuk mengetahui apakah

pelanggan merasa puas dengan kualitas produk, harga dan promosi yang diberikan oleh perusahaan surat kabar Radar Banyumas. Dalam surat kabar Radar Banyumas menyediakan sarana pengiklanan dalam surat kabar untuk memudahkan para pembaca atau perusahaan memasang iklan dalam surat kabar yaitu dengan tarif 2014 adalah sebagai berikut :

Full Colour : Rp. 40.000 (dalam) / Rp. 80.000 (hal 1), Black White : Rp. 28.000 (dalam) / Rp. 56.000 (hal 1), Pariwara / Advertorial : Rp. 22.000 (BW), Baris / Gudril : Rp. 11.000 / baris. www.iklanradarbanyumas.indonetwork.co.id ini dengan info iklan sedangkan berita dapat di akses melalui media internet www.radarbanyumas.co.id konsumen sudah dapat membaca berita.

Penelitian ini melihat dari penelitian terdahulu yang ditulis oleh Johan Martiantyo (2009). Perbedaan penelitian sekarang dan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan variabel dan objek penelitian. Penelitian sebelumnya di tinjau dari kualitas produk, kinerja, dan kepuasan konsumen dengan objek PT. Aksara Solopos Surakarta, serta penelitian yang dilakukan oleh Yucha Udi Sasotyo (2010) meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan periklanan terhadap kepuasan pelanggan harian surat kabar Suara Merdeka. Pada penelitian ini faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan objek media informasi surat kabar Radar Banyumas. Perbedaan variabel harga serta promosi dan periklanan serta variabel kinerja dalam penelitian ini faktor harga serta promosi ditambahkan karena variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen surat kabar Radar Banyumas.

Berdasarkan uraian yang dipaparkan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Surat Kabar Radar Banyumas*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah tersebut di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen surat kabar Radar Banyumas?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen surat kabar Radar Banyumas ?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen surat kabar Radar Banyumas?
4. Apakah secara simultan faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen surat kabar Radar Banyumas?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti menentukan batasan masalah yang ada agar penelitian ini dapat dilakukan lebih terarah. Adapun pembatasan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada pengaruh faktor-faktor yang paling berpengaruh untuk menciptakan tingkat kepuasan konsumen surat kabar Radar Banyumas.
2. Penelitian ini hanya dilakukan terhadap konsumen yang pernah membeli dan yang berlangganan harian surat kabar Radar Banyumas

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen surat kabar Radar Banyumas.
2. Untuk menganalisa harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen surat kabar Radar Banyumas.
3. Untuk menganalisa promosi secara parsial terhadap kepuasan konsumen surat kabar Radar Banyumas.
4. Untuk menganalisa faktor-faktor kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen surat kabar Radar Banyumas.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

2. Bagi fakultas

Memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama mengenai faktor kualitas produk, faktor harga dan faktor promosi dan variabel berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi dan acuan bagi penelitian-penelitian yang sejenis.

3. Bagi perusahaan surat kabar Radar Banyumas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan yang berhubungan dengan faktor-faktor kepuasan pelanggan.