

Eksplorasi Faktor yang di Pertimbangkan Pelanggan Menggunakan Jasa Percetakan CV. Oke Printing di Kota Palu

Indriani¹, Ponirin², Maskuri Sutomo³, Faruq Lamusa⁴

¹Universitas Tadulako Palu, indrianiandilanyukki@gmail.com

²Universitas Tadulako Palu, ppalidjan@gmail.com

³Universitas Tadulako Palu, maskuri.sutomo@yahoo.com

⁴Universitas Tadulako Palu, lamusafaruq@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor yang dipertimbangkan pelanggan menggunakan jasa percetakan CV. Oke printing di Kota Palu. Metode yang di gunakan adalah kualitatif deskriptif. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan melibatkan 30 responden pelanggan percetakan CV. Oke printing. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi. Analisis data menggunakan model *text mining* di *orange* dengan teknik model interaktif. Hasil penelitian ditemukan tiga tema utama yang dipertimbangkan pelanggan menggunakan jasa, yakni harga, kualitas layanan, dan kualitas produk.

Kata Kunci: Jasa, Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan.

ABSTRACT

This study aims to explore the factors considered by customers in using the printing services of CV. Oke Printing in Palu City. The method used is descriptive qualitative. The sample was selected using purposive sampling technique involving 30 customer respondents of CV. Oke Printing. Data collection techniques were conducted through interviews and observations. Data analysis utilized the text mining model in Orange with an interactive model technique. The research results identified three main themes considered by customers when using the service: price, service quality, and product quality

Keywords : Services, Price, Product Quality, and Service Quality

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini, telah berdampak pada perubahan pola interaksi dan gaya hidup masyarakat serta berdampak pula pada perubahan tuntutan kebutuhan hidup yang serba instan (Asngadi, 2011). Sektor perdagangan memegang peranan penting dalam kegiatan perekonomian suatu negara, terutama bagi sebagian besar negara berkembang. Aktivitas perdagangan merupakan salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi sehingga menjadi indikasi tingkat kesejahteraan masyarakat (Rombe & Hadi, 2022)

Industri percetakan merupakan salah satu penyedia jasa yang terus berkembang di Kota Palu. Jasa percetakan dibutuhkan oleh berbagai pihak, mulai dari perusahaan, pemerintah, hingga individu untuk berbagai keperluan seperti pembuatan brosur, spanduk, kartu nama, dan lain sebagainya. Salah satu perusahaan yang menonjol dalam industri ini adalah CV. Oke Printing. Keberadaan CV. Oke Printing di tengah persaingan yang ketat menunjukkan pentingnya pemahaman terhadap faktor-faktor pertimbangan pelanggan dalam menggunakan jasa percetakan.

Perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan pembelian dan kegiatan fisik dan di mana melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa dalam upaya memenuhi kebutuhannya (Asngadi, 2011). Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berasal dari luar

konsumen sehingga hal ini menjadikan banyak pertimbangan yang perlu diambil oleh seorang konsumen sebelum melakukan pembelian terhadap barang atau jasa yang diharapkan oleh konsumen bisa memilih kebutuhannya. Oleh karena itu dapat pula dikatakan bahwa perilaku konsumen adalah proses yang mencerminkan mengapa konsumen cenderung memilih (Asngadi, 2011). Minat beli menjadi salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumen (Rombe & Hadi, 2022).

Banyak penelitian telah mengkaji faktor-faktor yang dipertimbangkan pelanggan dalam menggunakan jasa. Penelitian oleh Nurfauzi dkk. (2023) menunjukkan bahwa keputusan pembelian pelanggan sangat dipengaruhi oleh harga. Kebijakan penetapan harga erat kaitannya dengan persepsi konsumen terhadap harga, di mana harga berfungsi sebagai tolok ukur perbandingan kualitas produk. Studi yang dilakukan oleh Istianingsih (2021) juga mendukung temuan ini, membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta memengaruhi kepuasan pelanggan dan pembelian berulang. Lebih lanjut, penelitian Ghezlbash & Khodadadi (2017) menunjukkan bahwa harga adalah pertimbangan utama bagi pelanggan dalam menggunakan layanan. Sitanggang dkk. (2023) menemukan bahwa harga memainkan peran signifikan dalam keputusan pembelian, berfungsi sebagai faktor kunci dalam pemilihan layanan dan frekuensi pembelian berulang. Husic & Gregurec (2015) juga menyatakan bahwa harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Selain harga, kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Nurfauzi dkk. (2023) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh kualitas produk. Penelitian Saraswati dkk. (2015) menemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain oleh Muhtarom dkk. (2022) membuktikan bahwa kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan ini didukung oleh Budiardhani & Setyawan (2023) serta Setyawati dkk. (2022), yang menyatakan bahwa kualitas layanan berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor-faktor yang dipertimbangkan pelanggan menggunakan jasa percetakan dapat berbeda-beda sesuai dengan konteks dan karakteristik jasa di suatu wilayah. Perilaku konsumen merujuk pada proses dan tindakan yang diambil oleh individu atau kelompok dalam mencari, membeli dan menggunakan barang dan jasa. Tujuan penelitian ini untuk mengeksplorasi faktor yang dipertimbangkan pelanggan menggunakan jasa percetakan CV. Oke Printing di Kota Palu.

B. KAJIAN TEORI

Jasa adalah segala aktivitas kegiatan atau kinerja yang dari satu pihak yang ditawarkan kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan perpindahan kepemilikan apa pun (Kotler & Keller, 2016:422).

Kepuasan pelanggan secara positif mempengaruhi keputusan pembelian ulang dan menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan jika pelanggan merasa puas maka akan meningkatkan pembelian ulang (Adam dkk., 2023). Siregar, (2018) Mengatakan harga dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk yang tinggi sangat penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian, telah terbukti berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan, (Girsang & Situmeang, 2023; Oktavian & Wahyudi, 2022).

Kualitas produk secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian (Mappesona dkk., 2020). Penelitian yang memiliki kesimpulan serupa kualitas layanan, harga dan kualitas produk menjadi pertimbangan pelanggan dalam menggunakan jasa (Liem, 2019; Nansi, 2022; Nur'aini dkk., 2022). Kepercayaan adalah hal yang sangat penting terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, karena mereka menjanjikan konsumen atas pembelian produknya (Zahara, 2011).

C. METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian untuk mengeksplorasi faktor yang dipertimbangkan pelanggan menggunakan jasa percetakan CV. Oke printing. Metode yang di gunakan adalah kualitatif deskriptif. Jumlah sampel digunakan 30 responden, teknik pengambilan sampel adalah Purposive sampling. setelah responden memberikan informasi. Proses pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi langsung di lokasi penelitian. Olah data menggunakan model interaktif Miles & Huberman, (2014) dengan text mining di orange. Tiga tahapan utama dalam model interaktif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Reduksi Data

Pada tahap ini, data dari wawancara dan observasi (catatan lapangan) dianalisis untuk menemukan tema atau pola tertentu. Reduksi ini tidak berarti menghilangkan data, melainkan memilih data yang paling penting dan bermakna untuk analisis lebih lanjut.

Penyajian Data

Data dari wawancara disajikan dalam bentuk kutipan langsung dari informan untuk menunjukkan pendapat atau pandangan mereka. Data observasi disajikan dalam bentuk deskripsi situasi atau perilaku yang diamati, dengan fokus pada pola yang muncul.

Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan kata yang ditemukan dari hasil wawancara dan observasi yang telah direduksi dan disajikan. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan hati-hati, memastikan bahwa kesimpulan tersebut konsisten dengan data yang telah dikumpulkan tersebut konsisten dengan data yang telah dikumpulkan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang dianalisis berasal dari 30 responden yang memberikan tanggapan melalui wawancara dan observasi mengenai faktor yang dipertimbangkan menggunakan jasa Percetakan CV. Oke printing di kota palu. Responden terdiri dari berbagai kelompok usia dan latar belakang. Hasil olah data dilakukan dengan menggunakan modul *Text Mining* di *Orange* untuk mengidentifikasi tema yang sering muncul dalam tanggapan dan melakukan pengelompokan teks untuk menemukan kata kunci yang sering muncul. *Word cloud* mengidentifikasi pola atau frekuensi kemunculan kata-kata sehingga memudahkan untuk melihat tema atau topik dominan yang terdapat dalam data.

Hasil eksplorasi menemukan tiga tema utama yaitu harga, kualitas produk dan kualitas layanan. Dalam analisis *text mining*, kualitas produk sering muncul sebagai salah satu faktor yang paling sering disebutkan. Seperti produknya oke, bagus, dan



3.	Pendidikan	
	SMA	63,33%
	S1	33,33%
	S2	3,34%
4.	Pekerjaan	
	Mahasiswa	46,67%
	PNS	13,33%
	Wiraswasta	40%

Harga

Wawancara dengan ibu Rika pengalamannya terus menggunakan jasa cetak CV. Oke Printing karena harga yang ditawarkan sangat murah apalagi mencetak produk dalam jumlah banyak maka CV. Oke Printing biasanya memberikan harga diskon.

Wawancara dengan bapak Fajrin “saya memilih CV. Oke Printing adalah karena harganya yang sangat bersaing. Setelah membandingkan beberapa penyedia jasa percetakan, saya menemukan bahwa CV. Oke Printing menawarkan harga yang paling murah untuk kualitas yang sebanding.”

Harga yang kompetitif ditemukan sebagai faktor penting dalam penggunaan jasa. Responden menyatakan bahwa faktor pertimbangan menggunakan jasa karena harga yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan pesaing. Meskipun harganya terjangkau kualitas yang diberikan sangat memuaskan bagi pelanggan. Masing-masing bisnis yang terlibat memiliki kesamaan dan cara pandang yang berbeda tentang bagaimana produk atau layanan disampaikan kepada konsumen (Thahir dkk., 2022).

Penelitian ini diperkuat dengan hasil temuan (Handayani & Ponirin, 2023; Sutomo, 2024) Harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan minat beli ulang.

Kualitas Produk

Berdasarkan wawancara dengan salah satu responden pelanggan CV. Oke Printing bapak Maulana menyatakan bahwa alasannya terus memilih untuk menggunakan jasa cetak di Oke Printing adalah kualitas produknya yang bagus dan menggunakan bahan berkualitas, baik dari segi resolusi cetak, ketahanan, maupun ketelitian dalam reproduksi gambar. Kualitas hasil cetakan dari CV. Oke Printing sangat memuaskan. Warna dan detail cetaknya sesuai dengan desain yang di kirimkan. Selain itu, bahan yang digunakan juga cukup bagus dan tahan lama.

Hasil wawancara dengan bapak Ilyas mengatakan untuk kualitas cetak, saya merasa cukup puas. Hasilnya bagus dan sesuai dengan desain yang saya inginkan. Meskipun harganya murah, kualitasnya tidak murahan.

Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap penggunaan jasa dalam bisnis percetakan seperti Oke Printing. Kualitas produk mencakup berbagai aspek, seperti kualitas cetakan, warna, kualitas bahan yang digunakan, dan keandalan proses produksi secara keseluruhan. Pelanggan cenderung lebih memilih kepada bisnis yang konsisten dalam menyediakan produk dengan kualitas yang baik dan memenuhi ekspektasi mereka. W. Wahyuningsih (2005). Kualitas ditentukan oleh pelanggan, bukan oleh organisasi, dan manajemen kualitas harus berdasarkan pada harapan pelanggan. Berbagai penelitian pada dasarnya mengarahkan perusahaan



pada hal penting yang harus diperhatikan atau dengan kata lain mencari cara untuk memperkuat retensi pelanggan.

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang melalui *respon* emosional sebagai variabel mediasi, harga berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang (Ponirin & Dharmayanti, 2023). Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Sutomo, 2024).

Kualitas Layanan

Hasil wawancara dengan bapak Rizki selaku pelanggan CV. Oke Printing menyatakan bahwa kualitas layanan CV. Oke Printing sangat memuaskan terlebih pelayanan dari tim sangat ramah dan profesional. Mereka selalu siap membantu dan memberikan saran terbaik sesuai kebutuhan pelanggan. Proses pemesanan juga mudah dan cepat.

Wawancara bapak Rasyid menyatakan “Saya merasa sangat puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV. Oke Printing. Seluruh proses, mulai dari pemesanan hingga produk jadi, berjalan sangat lancar dan profesional. Stafnya sangat ramah, responsif, dan selalu siap membantu. Desain dan hasil cetaknya pun sangat memuaskan, sesuai dengan ekspektasi saya.”

Responden menyatakan bahwa keputusan mereka terus menggunakan jasa cetak CV. Oke Printing dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh CV. Oke Printing sangat memuaskan, dengan semua staf, administrasi, dan desainer yang ramah serta proaktif dalam memahami kebutuhan konsumen dan memastikan keinginan mereka terpenuhi. Memenuhi harapan pelanggan berarti organisasi harus memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (D. N. Wahyuningsih, 2012).

Penelitian ini diperkuat yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang mengidentifikasi bahwa pelayanan sangat penting (Zahara, 2011).

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelanggan mempertimbangkan tiga faktor utama dalam memilih jasa percetakan, yaitu harga, kualitas produk, dan layanan. Harga menjadi faktor, di mana pelanggan menginginkan tarif yang kompetitif namun tetap sebanding dengan nilai yang diberikan. Kualitas produk juga merupakan bagian penting karena pelanggan menginginkan hasil cetakan yang bagus, dan tahan lama. Terakhir, layanan menjadi penentu, terutama terkait kecepatan, keramahan, dan kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan

Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar melakukan eksplorasi yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang dipertimbangkan pelanggan dalam menggunakan jasa percetakan.
2. CV. Oke Printing dapat meningkatkan layanannya dengan fokus pada kualitas cetakan yang konsisten dan harga yang bersaing. Selain itu, penting untuk memberikan pelayanan pelanggan yang cepat dan ramah.

DAFTAR PUSTAKA

- Asngadi, A. (2011). Studi Exploratory atas Faktor Penentu Konsumen Berkunjung di Mall Tatura Palu Sulawesi Tengah. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(2), 641–649.
- Budiardhani, F., & Setyawan, D. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Kedai Belikopi Mojosoongo). *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 1(2), 247–261.
- Ghezelbash, S., & Khodadadi, H. (2017). Assessing the Impact of Price Advance in Customer Quality Investigation and Repurchase Incentives (Case Study: Amiran Chain Stores in Karaj). *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(2).
- Girsang, L. R., & Situmeang, I. V. O. (2023). Viral Marketing, Daya Tarik, Kampanye, Pesan Kampanye Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 7(2), 167–176.
- Handayani, A., & Ponirin, P. (2023). Variabel Prediktor Minat Beli Ulang Konsumen Di Body Shop Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (Jimut)*, 9(2), 113–120.
- Hustic, I., & Gregurec, I. (2015). The influence of price on customer's purchase decision. *Central european conference on information and intelligent systems*, 27.
- Istianingsih, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Burger King Margo City Depok. *Jurnal Manajemen*, 1–20.
- Kotler, K., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition* Pearson Education. Harlow: Essex Pearson Education Limited.
- Liem, L. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Menggunakan Layanan Ovo Di Surabaya. *Seminar Nasional Ilmu Terapan*, 3(1).
- Mappesona, H., Ikhsani, K., & Ali, H. (2020). Customer purchase decision model, supply chain management and customer satisfaction: Product quality and promotion analysis. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(1), 592–600.
- Miles, M. B., & Huberman, A. (2014). M., & Saldana, J.(2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*, 3.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (Sem)-Partial Least. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402.
- Nansi, M. R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan Jasa Pengiriman Barang. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 317–324.



- Nur'aini, A., Husna, A. W., Asih, A. S., Kharisma, A., & Hastuti, I. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 2(1), Article 1.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023a). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183–188..
- Oktavian, R. F., & Wahyudi, H. (2022). The Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 379–392.
- Ponirin, P., & Dharmayanti, N. M. A. (2023). The Role of Emotional Responed As Mediators Influence of Brand Image, Product Quality and Price on Products Repurchase Intention in Sabnishop, Palu City. *JManagER*, 3(1), 21–31.
- Rombe, E., & Hadi, S. (2022). The impact of supply chain capability and supply chain performance on marketing performance of retail sectors. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(2), 593–600.
- Saraswati, M. L., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2015). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada kampung batik wiradesa, kabupaten pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 137–146.
- Setyawati, R. E., Fadhilah, M., & Lukitaningsih, A. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3), 502–514.
- Siregar, N. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet di kota medan (studi kasus kantor plaza telkomcabang iskandar muda no. 35 medan baru). *Jumant*, 7(1), 65–76.
- Sitanggang, T., Farida, N., & Purbawati, D. (2023). Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Indihome PT Telkom Indonesia Jepara. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 157–164.
- Sutomo, M. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Gibran Junior Kecamatan Bungku Tengah Kabupaten Morowali. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(8), 3254–3260.
- Thahir, H., Hadi, S., Zahra, F., Arif, I., & Rombe, E. (2022). Strengthening effects of managerial innovativeness in promoting sustainable supply chain management in tourism business. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(3), 923–932.
- Wahyuningsih, D. N. (2012). The Effect Of Customer Satisfaction On Behaviorai Intentions A Study On Consumer Behavior Of Car Insurance Consumers In Melbourne, Australia. *International Research Journal of Business Studies*, 3(1).
- Wahyuningsih, W. (2005). The relationships among customer value, satisfaction and behavioral intentions: A general structural equation model. *Gadiah Mada International Journal of Business*, 7(3), 301–323.
- Zahara, Z. (2011). Penerapan Relationship Marketing dalam Membangun Hubungan Kemitraan antara Nasabah dan Bank Syari'ah. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(2), 627–640.