

B a b I

Pendahuluan

1. Latar Belakang

Setiap hari, informasi menjadi salah satu kebutuhan penting bagi manusia. Sampai hari ini, surat kabar menjadi media informasi paling populer di masyarakat. Tanpa keberadaan surat kabar, sebagian dari masyarakat seolah-olah menjadi buta akan informasi.

Surat kabar dalam kehidupan manusia bahkan tidak hanya sekedar memberi informasi. Ada kalanya pembaca dapat terpengaruh dengan berita yang dimuat di surat kabar. Berita-berita tersebut tidak hanya dapat membentuk opini masyarakat tetapi juga dapat menggerakkan masyarakat untuk melakukan sesuatu.

Meskipun saat ini media informasi makin beragam bentuknya, surat kabar tetap digemari masyarakat. Surat kabar merupakan salah satu dari bisnis media cetak yang paling praktis, mudah didapat dan relatif murah. Dengan beberapa ribu rupiah saja, informasi yang disajikan sangat padat, beragam dan lengkap. (Macnamara, 1999:56)

Swat kabar juga memiliki kelebihan mudah dibawa dan dapat dibaca kapan saja dan di mana saja. Hal ini memudahkan pembacanya untuk mendapatkan informasi tanpa terbatas ruang dan waktu, sesuai kebutuhannya. Sejarah mencatat, di Amerika surat kabar muncul pertama kali tahun 1634 di Massachusetts, dengan nama Boston News-Letter yang belum diterbitkan

secara reguler. Baru pada tahun 1704 muncul surat kabar yang terbit secara teratur setiap minggunya. (Davison,Boylan &Yu, 1976:10)

Surat **kabar** yang diterbitkan secara harian mulai muncul sekitar tahun 1780. Meskipun demikian, sejak tahun 1760, surat kabar di Amerika telah memegang peranan penting dalam menggalang opini publik, termasuk dalam masalah politik dan **ekonomi**. (Davison,Boylan.& Yu, 1976:l l)

Di Indonesia sendiri, surat **kabar** berkembang cukup pesat terutama surat kabar **lokal**. Hal ini antara lain disebabkan kondisi yang **mendukung**, seperti dicabutnya SIUPP dan pembubaran Departemen Penerangan pada masa reformasi.(**CAKRAM** Komunikasi. April 2001, hal.9)

Beberapa bukti data mengungkapkan, pada tahun 1998 di Jawa Timur terjadi peningkatan jumlah **sebanyak**] buah surat kabar harian dan empat surat kabar mingguan dari tahun sebelumnya. Sedangkan di Jawa Tengah peningkatannya sebanyak satu buah surat **kabar** harian dan enam buah surat kabar mingguan.(**CAKRAM** Komunikasi, April 2001, hal.12)

Pada tahun 1999, di Jawa Timur sendiri tercatat 50 buah media cetak **lokal**. termasuk surat kabar harian, surat kabar mingguan, tabloid dan majalah. Di antara media cetak regional yang beredar tersebut, salah satunya adalah Harian Pagi **SURYA** yang berpusat di Surabaya. (**CAKRAM** Komunikasi, April 2001, hal. 12)

Sebagai surat **kabar** regional, Harian Pagi **SURYA** merupakan media yang **cukup** populer di kalangan masyarakat Jawa Timur dan sebagian kawasan Indonesia Timur Oplah Harian Pagi **SURYA** setiap harinya

mencapai 100.000 unit yang tersebar **45%** untuk wilayah Surabaya dan sekitarnya, serta **55%** untuk wilayah Jawa Timur dan beberapa wilayah di Indonesia Timur.

Dari jumlah tersebut, **untuk** wilayah Surabaya rata-rata 4500 unit terjual secara eceran. Sementara sebagian yang lain diperoleh konsumen dengan cara berlangganan **baik** secara langsung pada kantor Harian Pagi SURYA maupun melalui agen-agensya

Meskipun merupakan koran yang cukup populer di kalangan masyarakat Jawa Timur, dalam menghadapi persaingan bisnis media cetak, Harian Pagi SURYA perlu memperhatikan kualitas produknya . **Saat ini,** dengan beragamnya pilihan **surat** kabar, konsumen, dalam **hal ini adalah** pembaca **surat kabar khususnya** di Surabaya, telah **semakin** kritis dalam menilai kualitas sebuah surat kabar

Jika Harian Pagi SURYA kurang dapat memenuhi harapan konsumen terhadap **kualitas produk, maka mungkin** saja konsumen akan segera beralih pada merk atau **produk surat kabar lain yang dianggap** memiliki **kualias** yang lebih baik.

Konsumen surat **kabar** biasanya **akan** memberikan penilaian utama dari kualitas suatu surat kabar dari aktualisasi, keakuratan dan ragam berita. Pembaca tentu **mengharapkan** mendapatkan berita yang **sedang** hangat dibicarakan. bukan berita yang **sudah** basi. Kenetralan dari berita yang dimuat juga dapat memberikan nilai tersendiri bagi pembacanya

Kelengkapan isi dari suatu berita dan keaneka ragaman dari berita secara keseluruhan juga menjadi daya tarik bagi konsumen untuk membaca surat kabar. Konsumen cenderung memilih surat kabar dengan berita yang beragam, mulai dari politik, sosial, ekonomi, pendidikan, hiburan hingga olahraga.

Faktor lain yang memberikan pengaruh masyarakat untuk tertarik membeli sebuah surat kabar adalah masalah kemudahan dalam memperoleh produk tersebut. Ketersediaan surat kabar di agen-agen yang tersebar rata di berbagai wilayah, tentu akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk, terutama bagi pembeli eceran.

Selain faktor-faktor yang berkaitan dengan keberadaan surat kabar dan berita yang dimuat, ada pula hal-hal lain yang dipertimbangkan konsumen seperti tata bahasa dan gambar yang sopan, tata letak, ukuran kertas dan tulisan yang mempengaruhi kenyamanan pembaca.

Tata letak yang tidak beraturan maupun besar tulisan yang kurang memadai dapat menyulitkan konsumen untuk membaca berita atau artikel yang dimuat. Sementara tata bahasa yang baik dan gambar yang sopan membuat konsumen dapat membaca tanpa ada rasa riku atau tidak nyaman.

Seluruh aspek-aspek di atas dapat menjadi tolak ukur bagi sebuah surat kabar dalam mengetahui sejauh mana kualitas produknya, karena faktor-faktor di atas ternyata memberikan kontribusi yang sangat besar bagi konsumen untuk memutuskan surat **kabar** mana yang akan mereka konsumsi.

Dengan demikian, dalam menghadapi persaingan **yang** cukup ketat dalam bisnis surat kabar, Harian Pagi SURYA sebagai produsen surat kabar yang memiliki pasar salah satunya di Surabaya, perlu memperhatikan sejauh mana kualitas yang dimiliki telah memenuhi harapan dari konsumen, Faktor-faktor di atas dapat dijadikan tolak ukur, sejauh mana Harian Pagi SURYA telah memenuhi harapan pembacanya.

Melalui penelitian ini, dapat dilihat faktor-faktor apa saja yang telah memenuhi harapan konsumen dan faktor-faktor apa saja yang **masih** perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas dari Harian Pagi SURYA. Penelitian ini merupakan penelitian awal, untuk mengetahui lebih lanjut sejauh mana peran masing-masing variabel kualitas produk dalam keputusan pembelian Harian Pagi SURYA secara eceran di Surabaya perlu diadakan penelitian yang lebih lanjut.

2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang adalah: apakah kualitas produk (kinerja atau *performance*, ciri-ciri atau keistimewaan tambahan atau *features*, keandalan atau *reliability*, kesesuaian atau *conformance*, daya tahan atau *durability*, *serviceability*, estetika, kualitas yang dipersepsikan atau *perceived quality*) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Harian Pagi SURYA secara eceran ?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (kinerja atau *performance*, ciri-ciri atau keistimewaan tambahan atau *features*, keandalan atau *reliability*, kesesuaian atau *conformance*, daya tahan atau *durability*, *serviceability*, estetika, kualitas yang dipersepsikan atau *perceived quality*) terhadap keputusan pembelian Harian Pagi **SURYA** secara eceran.

4. Manfaat penelitian

1. Bagi penerbit (PT. **Antar** Surya Jaya) : dapat memberikan informasi mengenai kualitas produk Harian Pagi **SURYA** dalam perspektif konsumen yang membeli secara eceran **dan** memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas produk tersebut.
2. Bagi mahasiswa Jurusan Manajemen khususnya konsentrasi pemasaran : dapat memberikan informasi mengenai pengaruh dimensi-dimensi dalam kualitas produk terhadap keputusan pembelian **Harian** Pagi **SURYA** secara eceran.
3. Bagi Perguruan Tinggi : dapat memperkaya wacana untuk kepentingan **pendidikan di masa yang akan** datang.
4. Bagi masyarakat : dapat memberikan informasi mengenai pentingnya kualitas di dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk dari media informasi khususnya surat kabar.