

ABSTRAK

Industri percetakan merupakan salah satu industri dalam kategori manufaktur yang memiliki peran sangat penting dalam perekonomian dunia. Suatu negara dapat bertahan dan akan terus berkembang jika didalamnya terdapat kegiatan ekonomi yang kuat. Kegiatan ekonomi dalam industri percetakan dapat dikatakan kuat jika permintaan akan meningkat pesat saat barang mentah sudah diolah sedemikian rupa menjadi barang jadi seperti cetakan kertas sehingga memiliki nilai tambah atau *value* bagi penggunanya. Revolusi industri merupakan pembangunan yang dilakukan untuk memajukan dan mengembangkan industri ke arah yang lebih baik dengan bantuan digital. Dampak dari adanya revolusi industri menyebabkan penurunan permintaan kertas pada industri percetakan (*paperless*) yang menyebabkan pendapatan percetakan CV. Sumber Makmur ikut menurun. Peran B2B marketing dianggap dapat membantu permasalahan yang sedang terjadi. Peran B2B marketing (bisnis ke bisnis) dianggap dapat membantu memudahkan konsumen dan perusahaan dalam berkomunikasi secara real time di mana saja dan kapanpun. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan citra merek.

Pelaksanaan penelitian pada bulan Oktober 2017 hingga bulan Agustus 2018, dengan menggunakan data primer berasal dari responden yang merupakan konsumen CV. Sumber Makmur Semarang yang telah melakukan pembelian akan diteliti persepsi konsumen tentang dampak kualitas produk, desain produk dan harga kompetitif terhadap suatu produk kertas *continuousform* yang akan mempengaruhi citra merek dan keputusan pembelian serta menggunakan data sekunder. Non probability sampling dipakai untuk pengambilan sampel. Data dikumpulkan dari 136 responden yang dipilih menggunakan pertimbangan yaitu harus memiliki kriteria pernah melakukan pembelian cetakan kertas *continuousform* sebanyak dua kali pada CV. Sumber Makmur, Semarang. Metode analisis adalah Uji Maximum Likelihood dengan program AMOS versi 21.0

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk, desain produk, dan harga kompetitif mempengaruhi citra merek memiliki hubungan positif. Citra merek memiliki pengaruh yang positif pula terhadap keputusan pembelian. Artinya ketika faktor independen seperti kualitas produk, desain produk dan harga kompetitif meningkat, keputusan pembelian pada citra merek CV. Sumber Makmur Semarang juga meningkat secara signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk, desain produk, dan harga kompetitif berpengaruh terhadap citra merek yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, teknologi digital terkini memang dianggap mampu mengambil alih posisi kertas dalam aspek kehidupan, akan tetapi tidak bisa menggantikan peran kertas sebagai media tertulis fisik yang sah dan diakui keberadaanya.

Kata kunci: kualitas produk, desain produk, harga kompetitif, citra merek, keputusan pembelian, industri percetakan, B2B marketing.