

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketatnya persaingan pasar mendesak para pengusaha buat mencari metode yang dikira sangat efisien serta efektif yang hendak digunakan selaku jalur supaya senantiasa bertahan serta tumbuh dalam dunia usaha. Berkembangnya dunia bisnis para pelaku usaha diharapkan sanggup buat menjajaki pertumbuhan pasar tersebut serta sanggup bertahan dalam persaingan pasar global yang terus menjadi ketat supaya tujuan dari industri bisa tercapai. Industri industri dalam tingkatan aktivitas usahanya butuh melaksanakan proses penciptaan yang menggunakan satu ataupun sebagian bahan baku utamanya buat menciptakan 2 ataupun lebih tipe produk yang nyaris sama namun dengan alterasi yang berbeda.

Perusahaan- perusahaan industri yang berdiri di Indonesia, salah satunya ialah industri pembuatan plastik. Persaingan di dunia usaha dikala ini terus menjadi ketat, para usahawan wajib lebih pintar membuat strategi- strategi buat mengalami para pesaing. Salah satu tujuan aktivitas usaha merupakan buat memperoleh keuntungan, tidak hanya itu usahawan pula wajib menghasilkan rasa puas terhadap pelanggannya buat mempertahankan eksistensi suatu produk yang mereka penciptaan. Pesaing yang banyak dalam dunia usaha yang sama membuat konsumen memiliki opsi yang diberikan oleh perusahaan- perusahaan, sehingga konsumen hendak lebih selektif dalam memastikan opsi produk yang diinginkannya dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen adalah inti dari pemasaran.

Industri pembuatan plastik yang terletak di Kabupaten Pati. Perihal ini bisa dilihat dengan terus menjadi banyaknya industri pembuatan plastik sejenis yang bermunculan diberbagai wilayah dengan energi tarik tertentu, salah satunya ialah industri pembuatan plastik yang terletak di kabupaten Pati. Perihal tersebut dapat dibuktikan bersumber pada informasi industri dibawah ini:

Tabel 1.1 Usaha Produksi Plastik di Kabupaten Pati

No.	Nama Usaha	Alamat
1.	Alfi Plast Okatama	Jl.Kapten Yusuf, Pati, Jawa Tengah
2.	Anugerah Grafika,PT	Jl.Raya Pati - Kudus, Km.6, Pati, Jawa Tengah
3.	Industri Pengolahan Plastik	DesaGunungWungkal,Pati,Jawa Tengah
4.	Starindo Jaya Packging, PT	Desa Wangunrejo, Pati, Jawa Tengah
5.	Jaya Plastik Raya, PT	Jl.Raya Pati-Kudus Km.4, Pati, Jawa Tengah

Sumber : <https://kemenperin.go.id/direktori-perusahaan,2022>

PT. Jaya Plastik Raya ini terletak di Kabupaten Pati, di jalan Pati-Kudus Km 4. Tepatnya di Desa Pegandan,Kec Margorejo,Kab Pati.Pabrik Plastik ini didirikan pada tahun 2008 dan merupakan pabrik plastic yang ada di Kabupaten Pati. Tabel 1.1 menjelaskan bahwa di Kabupaten Pati ini memiliki beberapa industri pabrik.

PT. Jaya Plastik Raya ini memiliki visi dan misi. Visi yang dimiliki oleh PT. Jaya Raya Plastik ini yaitu untuk menjadikan pemimpin di sektor perusahaan kemasan plastik. Misinya yaitu menyediakan produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang wajar kepada pelanggan, bekerjasama dengan pelanggan untuk menemukan dan mendiskusikan kebutuhan mereka untuk produk dan layanan kami, dan yang terakhir untuk membangun hubungan baik dengan pemasok terbaik untuk saling menguntungkan.

PT. Jaya Raya Plastik ini merupakan perusahaan swasta yang bergerak dibidang pengolahan plastik. Plastik merupakan satu satunya produk yang dihasilkan PT. Jaya Plastik Raya. PT. Jaya Raya Plastik memiliki anak cabang yang bernama PT. Starindo. Perusahaan memiliki kapasitas produksi 30 ton per hari sesuai dengan permintaan konsumen. Perusahaan memasarkan produk plastik ini ke segmen pasar yang mencakup pasar tradisional, supermarket hingga segmen industri ke seluruh Indonesia. Selain itu, perusahaan juga mengekspor plastik ke beberapa negara luar seperti Sri Lanka dan negara negara di Timur Tengah lainnya.

Gambar 1.1 Jumlah Penentu Pelanggan Menurut Tahun 2020-2023



Sumber : Jumlah data penentu pelanggan PT Jaya Plastik Raya Tahun 2020-2023

Berdasarkan data diatas yang diambil dari laporan tahunan PT. Jaya Plastik Raya dari tahun 2020 – 2022 mengalami penurunan penjualan di tahun 2020 dan 2021, sebab pada tahun 2020 dan 2021 sektor perusahaan mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis dikarenakan adanya COVID-19 yang melanda. Banyak perusahaan yang mengalami penurunan pembeli dan penjualan termasuk PT. Jaya Plastik Raya. PT. Jaya Plastik Raya memiliki penurunan penjualan sehingga mengakibatkan kinerja perusahaan kurang optimal.

Hal ini menunjukkan bahwa betapa besarnya nilai profitabilitas dan peluang ekonomi yang diperoleh lewat usaha industri ,serta semakin meningkatnya jumlah pertumbuhan industri baru yang menyebabkan persaingan semakin ketat antar

sesama perusahaan industri dalam menghasilkan produk. Industri yang mau tumbuh serta memperoleh kepuasan dari konsumennya wajib bisa membagikan nilai yang lebih terhadap berbagai mutu yang diberikannya kepada konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen bisa membagikan sebagian manfaat, diantaranya ikatan antara industri serta konsumennya jadi harmonis, dan membagikan dasar yang baik untuk pembelian ulang serta terciptanya atensi mereferensikan pada pelanggan.

Upaya industri dalam melaksanakan tujuan industri tersebut bisa dicoba lewat sebagian metode ialah dari segi mutu layanan yang diberikan kepada pelanggan yang baik yang bisa membuat aman serta memberikan kepuasan untuk konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan suatu indikator kedepan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan, faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan pelanggan diantaranya yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan diharapkan para pemilik usaha, khususnya dibidang kuliner benar-benar memperhatikan faktor pendorong tersebut.

Hal ini akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan setelah mengkonsumsi barang atau jasa perusahaan. Bahkan untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga pelanggan tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pengalaman pelanggan dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Oleh karena itu, pemain usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai

dengan kebutuhan dan selera pelanggan. Khoo (2020), ia menemukan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

Minat beli ulang adalah niat beli atas dasar pengalaman pembelian yang sudah dilakukan dimasa lalu. Apabila minat beli ulang tinggi, kepuasan konsumen pun tinggi. minat beli ulang merupakan rasa ingin yang muncul dari dalam diri seorang konsumen untuk membeli produk yang ia sukai dan yang pernah ia beli sebelumnya karena kinerja dari produk sesuai dengan harapannya. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk membeli suatu produk. Keputusan untuk membeli atau tidak suatu produk timbul setelah konsumen mencoba suatu produk tersebut dan kemudian timbul rasa suka atau tidak suka terhadap produk tersebut. Rasa suka terhadap produk timbul bila konsumen mempunyai persepsi bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen. Kata lain produk tersebut mempunyai persepsi nilai yang tinggi di mata konsumen.

Ada perbedaan antara pembelian aktual yang dilakukan oleh konsumen dan niat membeli kembali. Minat beli ulang adalah "kecenderungan pembelian di masa depan". Meskipun pembelian mungkin tidak dilakukan di masa mendatang, namun kecenderungan pembelian biasanya diukur untuk memaksimalkan prediksi pembelian itu sendiri. Selain minat beli ulang konsumen, kepuasan konsumen juga berhubungan erat dengan kualitas produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan ataupun usaha, dimana tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan

konsumen yang lebih tinggi juga (Joyce & Masri, 2019). Perusahaan lain banyak yang menjadikan PT. Jaya Plastik Raya sebagai pembuat plastik dari produk mereka (produsen) . Keinginan konsumen atau minat beli konsumen akan semakin tinggi dengan adanya produk yang berkualitas.

Rinaldi & Santoso (2018) mengemukakan bahwa kepuasan adalah faktor sangat berpengaruh dalam menentukan minat beli ulang dan pada tahap 18 akhir kepuasan akan mempengaruhi minat seorang konsumen untuk membeli ulang atau tidak dimasa depan. Kepuasan itu muncul karena telah konsumen telah mengkonsumsi pada pertama kali. Kepuasan tersebut yang nantinya membuat para konsumen untuk membeli ulang produk tersebut.

Produk yang berkualitas berperan penting dalam menciptakan suatu kepuasan dan kepercayaan pelanggan, Semakin berkualitas dari sebuah produk dan jasa yang diberikan kepada pelanggan maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Produk yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan dapat mengembangkan produk sesuai dengan harapan. Kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap aktivitas pembelian konsumen pada sebuah produk. Sari & Giantari (2020), juga menyimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi pula niat pembelian ulang konsumen. Uzir,dkk (2020), mereka mengungkapkan jika kualitas layanan yang diterima dari konsumen menunjukkan hubungan yang kuat untuk pengaruh kualitas layanan pada kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan penjual kepada pelanggan maka pelanggan akan merasa semakin puas (Adipramita, 2019). Kualitas produk yang diberikan dari PT Jaya

Plastik Raya ini sangat berkualitas dikarenakan dari segi bahan dan alat menggunakan yang paling terbaik untuk pelanggan. Aspek sistem produksi pun yang diberikan dari PT Jaya Plastik Raya sudah canggih dengan menggunakan mesin blowing machine (mesin tiup), cutting machine (mesin potong), caisen machine (mesin tiup) mesin potong dirancang sesuai dengan jenis plastik dan ukuran plastik yang akan diproduksi.

Kepercayaan merupakan salah satu pondasi dari bisnis apapun, suatu transaksi bisnis antara dua belah pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing pihak saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Tanpa adanya kepercayaan pelanggan maka industri tidak akan berkembang sebagaimana tujuannya (Mahendra, 2018). PT. Jaya Plastik Raya juga memberikan banyak kepercayaan terhadap konsumen/pelanggannya, karena sebuah kepercayaan itu adalah kunci utama dalam mendirikan usaha. Jika konsumen itu memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi kepada PT. Jaya Raya Plastik, maka perusahaan akan merasa senang dan dapat menimbulkan rasa minat beli ulang.

Indrasari (2019) kualitas layanan sebagian besar difokuskan pada upaya memenuhi keinginan dan keinginan pelanggan dan penyediaan pengiriman untuk menyeimbangkan harapan pelanggan. Jika sebuah kualitas produk yang disajikan pada PT Jaya Raya Plastik ini sesuai dengan apa yang diharapkan mampu menjadi peran utama bagi kemajuan sebuah perusahaan.

Hal ini akan mempermudah perusahaan dalam berkembangnya bisnis plastik

maupun bisnis dalam bidang industri lainnya. Kepuasan pelanggan sebagian besar didasarkan pada upaya perusahaan untuk memenuhi dan melampaui harapan pelanggan, serta ketepatan pengiriman (Indrasari,2019).Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik”. Oleh sebab itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen Kualitas Pelayanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Heri,dkk (2018)menghasilkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Maramis,dkk (2018) menghasilkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Siahaan (2021) menghasilkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Penelitian yang dilakukan oleh Rinaldi &Santoso (2018) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Indah dan Sri (2020) menghasilkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.Penelitian yang dilakukan oleh (Hidayah. & Apriliani, 2019) menghasilkan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Haris dan Welsa (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Mahendra dan Indriyani (2018) menghasilkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono,dkk (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat beli ulang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rosdiana dan Iyus (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen tidak berpengaruh terhadap minat beli.

Berdasarkan fenomena dan perbedaan penelitian maka penulis memberikan judul makalah skripsi ini sebagai berikut **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Konsumen PT. JAYA PLASTIK RAYA)”**.

1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang, terdapat banyak permasalahan yang harus dihadapi, Tujuan pembatasan masalah agar supaya penelitian ini berjalan dengan baik dan lancar. Ruang lingkup penelitian antara lain :

1. Objek penelitian ini yaitu pada konsumen PT. Jaya Plastik Raya di kota Pati yang memproduksi packaging makanan seperti KFC ,MCD dan Starbucks.
2. Variabel yang diteliti meliputi variabel eksogen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan. Variabel endogen yaitu minat beli ulang dan variabel intervening yaitu kepuasan konsumen.
3. Responden yang akan diteliti yaitu 125 konsumen PT. Jaya Plastik Raya.
4. Jangka Waktu penelitian 1 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Rumusan Masalah

PT. Jaya Plastik Raya mengalami penurunan jumlah pembelian ditahun 2020 dan 2021 dikarenakan pada saat itu kondisi COVID-19 masih sangat rentan. Sehingga kualitas produk yang digunakan juga berkurang. Banyak perusahaan yang mengalami penurunan pembelian sehingga minat beli/ merefensikan berkurang. Bukan hanya minat beli konsumen berkurang tetapi kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan serta kepercayaan yang diberikan oleh PT. Jaya Plastik juga semakin berkurang.

Beberapa masalah yang sudah dikaji dalam penjelasan diatas bahwa yang terjadi pada perusahaan PT. Jaya Plastik Raya antara lain adalah :

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Jaya Plastik Raya?
2. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Jaya Plastik Raya?
3. Bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Jaya Plastik Raya?
4. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang PT. Jaya Plastik Raya?
5. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang PT. Jaya Plastik Raya?
6. Bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli ulang PT. Jaya Plastik Raya?

7. Bagaimana kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli ulang PT. Jaya Plastik Raya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas terdapat beberapa hal yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. Jaya Plastik Raya.
2. Menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Jaya Plastik Raya.
3. Menganalisis kepercayaan terhadap kepuasan konsumen PT. Jaya Plastik Raya.
4. Menganalisis kualitas produk terhadap minat beli ulang PT. Jaya Plastik Raya.
5. Menganalisis kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang PT. Jaya Plastik Raya.
6. Menganalisis kepercayaan terhadap minat beli ulang PT. Jaya Plastik Raya.
7. Menganalisis kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang PT. Jaya Plastik Raya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian adalah :

1. Manfaat Teoritis

Peneliti mampu menerapkan teori yang didapat selama mengikuti

perkuliahan dan menjadi referensi guna untuk pengembangan ilmu pengetahuan terkhusus di bidang pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Peneliti mampu untuk membantu dalam penambahan informasi maupun bahan pertimbangan guna penelitian selanjutnya mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan konsumen dan minat beli ulang

