

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era global saat ini, para pebisnis dituntut untuk melakukan inovasi pada sebuah produk agar dapat bersaing dengan para pesaing-pesaingnya. Kebijakan bisnis harus tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan. Minat beli ulang ialah kegiatan yang dilakukan oleh pelanggan untuk membeli suatu barang yang akan datang. Pelanggan dalam pembelian ulang, ada sejumlah faktor yang mempengaruhi pembelian ulang pelanggan terhadap suatu produk tersebut diantaranya kualitas produk dan *word of mouth*. Pelanggan akan memilih produk kualitas produk yang unggul dan dipercaya banyak orang serta berdasarkan rekomendasi dari orang lain yang telah melakukan pembelian.

Adisaputro (2016:18) menjelaskan bahwa tuntutan dunia usaha yang semakin kompleks mengharuskan sebuah industri kecil untuk mampu bersaing di dunia usaha, sehingga diharapkan dapat bertahan dan mempertahankan eksistensinya. Berkaitan dengan kelangsungan usaha sebuah industri harus mampu memberikan kepuasan pelanggan karena bergantung pada perkiraan produk dalam memberikan penilaian yang baik terhadap harapan pembeli. Jika produk yang ditawarkan sangat lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak akan terpuaskan. Jika produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan, pembeli akan terpuaskan. Ketika pelanggan merasa terpuaskan pada sebuah

produk yang diperoleh, secara langsung pelanggan akan bersedia untuk melakukan pembelian ulang pada masa mendatang.

Ramdhani (2022) mengemukakan bahwa perkembangan geliat ekonomi di Negara Indonesia memiliki dampak terhadap kehidupan manusia, salah satunya pada dunia wirausaha pada era saat ini. Fenomena tersebut dapat dilihat pada sekitar, dimana terdapat pelaku usaha bermunculan, salah satu contoh adalah pelaku usaha jual beli dibidang material bahan *furniture*. Semakin besarnya suatu kebutuhan akan material bahan *furniture* mendorong pribadi seseorang guna membuka usaha. Seiring perkembangan zaman bertambahnya jumlah penduduk tentunya meningkat pula jumlah permintaan akan material bahan *furniture*. Dalam memulai usaha material bahan *furniture* merupakan satu dari beberapa opsi keputusan yang tepat dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kebutuhan yang tinggi akan material bahan *furniture* khususnya di Kabupaten Pati, mengakibatkan bermunculan toko yang bergerak pada suatu bidang usaha *furniture*. Adapun beberapa toko *furniture* di Kabupaten Pati yaitu: Toko Furniture Murah Jujur, Toko Furniture Andy Putra, Toko Furniture Sumber Rejeki, Toko Furniture Maju, serta Toko Furniture Az-Zahra. Kebutuhan pelanggan akan produk kaca alumunium memicu Toko Furniture Az-Zahra Pati untuk menyediakan beberapa produk kaca alumunium seperti contoh *wordrobe*, *shop cupboard*, *side dish cupboard*, *kitchen set*, *alluminium frame* serta produk lainnya yang masih banyak. Selain produk Toko Furniture Az-Zahra juga menawarkan berbagai macam jenis kaca ataupun pelapis dinding yang dipasarkan diantaranya kusen batangan, berbagai macam kaca gambar, kaca polos,

aluminium bermacam-macam jenis, dan lain-lain. Adanya berbagai macam jenis produk dengan kualitas yang berbeda-beda dari berbagai pesaing mengakibatkan terganggunya minat pelanggan untuk melakukan pembelian pada sebuah produk.

Toko Furniture Az-ZahraPati dalam mempertahankan eksistensinya di bidang *furniture* dituntut untuk memperhatikan minat pelanggan guna memilih suatu produk agar dapat melaksanakan kegiatan pemasaran serta penjualan yang memberi kesan baik kepada pelanggan. Pada umumnya produk yang akan dibeli pelanggan, dapat memenuhi kebutuhan yang ada dimana pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk dan akan bersedia merekomendasikan kepada pelanggan lain. Pesatnya perkembangan berbagai macam lini usaha pada bidang *furniture* mengakibatkan penjualan Toko Furniture Az-Zahra Pati tidak stabil yang disajikan pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Data Penjualan Tahun 2020-2023

Nama Produk	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023
Wordrobe	106	91	76	83
Shop cupboard	88	82	23	40
Side dish cupboard	123	114	132	107
Kitchen set	92	73	41	61
Aluminium frame	112	97	149	144
Total	521	457	421	435

Sumber: Admin toko Furniture Az Zahra Pati, 2023.

Berdasarkan tabel 1.1 data penjualan Toko Furniture Az Zahra Pati tahun 2020 sampai 2023 menunjukkan bahwa penjualan atas beberapa produk yang ditawarkan kepada pelanggan cenderung mengalami penurunan pada produk *wordrobe*, *shop cupboard* dan *kitchen set* yang mengidentifikasi bahwa minat beli ulang pelanggan masih rendah. Minat beli ulang yang rendah menjadi dasar

dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor yang diduga mempengaruhi rendahnya minat beli yaitu kualitas produk, *word of mouth* dan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menurut Lupiyoadi (2016:67) adalah perasaan suka atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap hasil yang diharapkan. Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dan senang dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Upaya-upaya yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dengan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan agar pelanggan merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali. Apabila pelanggan menyampaikan beberapa retur penjualan maka menandakan bahwa pelanggan tidak puas pada kualitas produk yang diberikan yang cenderung dapat memberikan respon negatif yang mengakibatkan pelanggan tidak melakukan pembelian untuk kedua kalinya. Tabel 1.2 menyajikan data keluhan pelanggan Toko Furniture Az-Zahra Pati tahun 2022.

Tabel 1.2
Data Return Produk Tahun 2020-2023

Nama Produk	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023
Wordrobe	-	2	1	5
Shop cupboard	1	1	4	-
Side dish cupboard	1	-	-	2
Kitchen set	-	-	3	-
Aluminium frame	-	1	7	4
Total	2	4	15	11

Sumber: Admin toko Furniture Az Zahra Pati, 2023

Berdasarkan tabel 1.2 data retur produk toko Az Zahra Pati dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa meningkatnya retur produk penjualan yang perlu diperhatikan karena dapat mengganggu kepuasan pelanggan. Retur penjualan yang dilakukan pelanggan Toko Furniture Az Zahra Pati berkaitan dengan kualitas produk yang dianggap kurang sesuai (cacat pabrik) yang harus dipertanggung jawabkan oleh Toko Furniture Az Zahra Pati untuk menjaga kepuasan pelanggan.

Tjiptono (2016:81) mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan dalam dunia pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa akan mendatang. Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan, yang artinya bila ada penjualan produk perusahaan yang meningkatkan kepuasan pada pelanggan maka hal tersebut akan mempengaruhi minat beli ulang. Jadi dalam hal ini kepuasan pelanggan merupakan penyebab terjadinya minat beli ulang pelanggan.

Sutisna (2017:23) menjelaskan bahwa minat beli ulang pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Manfaat dari loyalitas pelanggan adalah berkurangnya pengaruh serangan dari para pesaing dari perusahaan sejenis, tidak hanya kompetisi dalam hal produk atau jasa namun juga kompetisi dalam hal persepsi. Selain itu pelanggan yang loyal dapat mendorong perkembangan sebuah perusahaan. Pelanggan yang loyal akan memberi saran atau ide kepada perusahaan agar dapat

meningkatkan kualitas produknya dan pada akhirnya mereka tidak akan begitu mempermasalahkan harga produk karena mereka percaya pada produk itu dan kualitas yang dimiliki perusahaan.

Tjiptono (2016:125) mendefinisikan bahwa kualitas produk adalah perpaduan antara karakteristik dan sifat yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk merupakan hal yang paling dicari oleh pelanggan ketika mereka memilih produk yang akan digunakan. Produk yang berkualitas merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan pasar, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan. Oleh karena itu, setiap produk harus memiliki kualitas dan keunggulan yang baik dibandingkan dengan produk lainnya sehingga dapat memberikan nilai kepuasan bagi pelanggan.

Shimp (2016:107) mengemukakan bahwa *word of mouth* adalah sebuah komunikasi yang dilakukan dari mulut ke mulut dapat berupa penilaian sebuah produk ataupun pandangan suatu produk tertentu, baik secara individu maupun secara kelompok yang bermaksud untuk memberikan sebuah informasi secara personal. Sebuah rekomendasi dari pelanggan yang sudah merasakan atau menggunakan produk atau jasa dianggap lebih memberikan pengaruh yang lebih untuk menimbulkan minat pelanggan untuk membeli produk tersebut. Kenyataannya semakin tinggi resiko yang telah diasakan pelanggan dalam membeli atau menggunakan suatu produk akan semakin aktif mereka mencari informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) atau biasa disebut WOM untuk membantu

menimbulkan rasa ingin membeli suatu produk. Pelanggan yang kurang informasi mengenai suatu produk akan lebih bergantung pada WOM ketimbang pelanggan yang sudah paham

Penelitian yang dilakukan oleh Tambunan (2022), Ramdhani (2022) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian Nathaniel (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Fianto (2019) dan Nathaniel (2019) menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian Santoso (2019) yang menyatakan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Afrianti (2022), Rohman (2022), Maulana (2022) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Berbeda dengan penelitian Arslan (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh Rohman (2022), Ramdhani (2022), Qing (2022) menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Berbeda dengan penelitian Fildzah (2019) yang menyatakan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Penelitian Henry (2021), Tambunan (2022), Ramdhani (2022), Maulana (2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Berbeda dengan Widyastuti (2019) dan Harris (2019) yang

menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan beberapa perbedaan penelitian tentang kepuasan pelanggan dan minat beli ulang, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pembelian Studi Pada Pelanggan Toko Furniture Az Zahra Pati**”.

1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka ruang lingkup bentuk penelitian ini adalah:

1. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel eksogen dan endogen sebagai berikut:
 - a. Variabel eksogen: kualitas produk dan *word of mouth*.
 - b. Variabel endogen: kepuasan pembelian, minat beli ulang.
2. Obyek dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Furniture Az-Zahra Pati.
3. Waktu dalam penelitian ini adalah tiga bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan data penjualan dan data retur penjualan Toko Furniture Az-Zahra Pati, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian yaitu:

- a. Toko Furniture Az-Zahra Pati cenderung mengalami penurunan penjualan pada beberapa produk yang menggambarkan rendahnya minat beli ulang pelanggan dan kepuasan pelanggan (Tabel 1.1).

- b. Toko Furniture Az-Zahra Pati dari tahun ke tahun masih mengalami *return* pada beberapa produk yang dijual khususnya pada produk *wordrobe* dan *side dish cupboard* yang menandakan bahwa kualitas produk *furniture* perlu diperhatikan untuk menjaga kepuasan pelanggan (Tabel 1.2).

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pembelian pelanggan Toko Furniture Az-Zahra Pati?
2. Bagaimana pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pembelian pelanggan Toko Furniture Az-Zahra Pati?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pelanggan Toko Furniture Az-Zahra Pati?
4. Bagaimana pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli ulang pelanggan Toko Furniture Az-Zahra Pati?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pembelian terhadap minat beli ulang pelanggan Toko Furniture Az-Zahra Pati?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pembelian pelanggan Toko Furniture Az-Zahra Pati.
2. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pembelian pelanggan Toko Furniture Az-Zahra Pati.

3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pelanggan Toko Furniture Az-Zahra Pati.
4. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli ulang pelanggan Toko Furniture Az-Zahra Pati.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pembelian terhadap minat beli ulang pelanggan Toko Furniture Az-Zahra Pati.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan serta bahan dalam merumuskan peningkatan kualitas produk, diperbaiki *word of mouth*, sehingga dapat menentukan keputusan yang tepat untuk menghadapi masalah pemasaran Toko Furniture Az-Zahra Pati.