

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang

Dewasa ini perkembangan dunia semakin kompetitif. Perusahaan berlomba-lomba dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik demi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Beberapa tahun belakangan ini teknologi jauh lebih canggih dan terus berkembang dibanding beberapa tahun lalu. Perkembangan teknologi tersebut dapat dirasakan didalam berbagai bidang mulai dari transportasi, komunikasi eletronik, bahkan dunia maya dan hal tersebut menuntut masyarakat untuk mengikuti setiap perubahan sekecil apapun. Tidak terkecuali terhadap perubahan gaya hidup seseorang saat ini. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi.

Ketidak pastian ekonomi dunia seperti kondisi perekonomian Amerika Serikat dan juga Devaluasi Yuan membawa dampak yang signifikan terhadap stabilitas ekonomi di Indonesia. Perekonomian Indonesia mengalami gejala seiring dengan krisis ekonomi global. Menghadapi gejala krisis ekonomi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) oleh para ekonom telah jamak dipahami sebagai tumpuan perekonomian sebuah negara. Tanpa adanya usaha kecil, roda perekonomian akan macet dan akan banyak memberikan dampak pada usaha

skala besar. Selain itu, sifat dari usaha kecil yang mudah dan gesit membuat banyak ruang bagi pencari lowongan kerja. Itu sebabnya, perhatian pada usaha kecil menengah semakin besar dilakukan untuk menjaga kondisi ekonomi Indonesia. UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam pelaksanaannya, kemandirian, keseimbangan kemajuan, berkelanjutan, efisiensikeadilan, serta kesatuan ekonomi nasional. UMKM adalah usaha kerakyatan yang saat ini mendapat perhatian dan keistimewaan yang diamanatkan oleh undang- undang, antara lain bantuan kredit usaha dengan bunga rendah kemudahan persyaratan izin usaha, bantuan pengembangan usaha dari lembaga pemerintah, serta beberapa kemudahan lainnya. Bidang-bidang UMKM beragam mulai dari barang, jasa, fashion, kuliner, kerajinan hingga pertanian, guna memberikan ragam pilihan untuk meningkatkan minat beli masyarakat Indonesia.

Kualitas produk (*product quality*) adalah didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa (*Women and Minor*, 2014). Dengan semakin banyannya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus dapat teliti dalam menempatkan harga yang sesuai dengan kualitas produk itu sendiri. Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat maka kebutuhan masyarakat terhadap barang dan jasa juga akan semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang akan mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka serta berharap mendapatkan pelayanan yang ramah dan memuaskan dari para penjual barang

tersebut, sehingga bisa mempertahankan loyalitas pelanggan, dengan demikian akan membuat konsumen minat membeli kembali (*buying back*) ditempat tersebut karena mempertahankan kualitas produk (*product quality*) dan kualitas pelayanan (*service quality*) yang baik terhadap pelanggan.

Pelayanan ialah sebuah proses dari pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. (sepengetahuan.co.id). Pelayanan juga bisa disamakan dengan menolong untuk menyediakan segala sesuatu yang diperlukan oleh orang lain diantaranya adalah pembeli. Sedangkan definisi pelayanan menurut Mahmoedin (2010 : 2) : adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan.

Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor harga (*price*). Menurut Kotler,(2004:78) harga (*price*) merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai yang konsumen pertukarkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk jasa yang dipertukarkan itu. Bagi konsumen harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakannya lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan

bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang atau minat beli kembali (*buying back*).

Menurut Kotler, Bowen dan Makens (2014), minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif. Dalam proses evaluasi minat untuk membeli kembali (*buying back*), seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat. Dikatakan Philip Kotler (2015:4) yang menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan : Melakukan pembelian ulang, Mengatakan hal baik tentang perusahaan kepada orang lain (Rekomendasi), kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing, membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Toko HP AtengCell adalah merupakan salah satu bentuk usaha UMKM yang bergerak dalam penjualan retail bidang komunikasi terutama *handphone* (*new & second hand*), *accessoris* pendukung *handphone*, serta *service* bergaransi. Usaha ini dimulai pada tahun 2004 di Mal Ramayana Sidoarjo, dimulai dari saat pemilik masih seorang mahasiswa dengan modal pertama Rp.5.000.000,- hingga kini mempunyai 3 cabang dengan 10 karyawan. Mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi hal yang sangat penting untuk mencari laba yang maksimal untuk Toko HP AtengCell tersebut. Berdasarkan uraian-uraian tersebut penulis bermaksud untuk meneliti lebih lanjut dengan mengangkat judul penelitian, yaitu **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Minat Kembali Pada Toko HP AtengCell Di Mal Ramayana Sidoarjo.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi minat beli kembali pada Toko HP AtengCell Di Mal Ramayana Sidoarjo?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli kembali pada Toko HP AtengCell Di Mal Ramayana Sidoarjo?
3. Apakah harga mempengaruhi minat beli kembali di pada Toko HP AtengCell Di Mal Ramayana Sidoarjo?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara bersama-sama mempengaruhi minat beli kembali di pada Toko HP AtengCell Di Mal Ramayana Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian penyusunan skripsi ini mempunyai tujuan yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Umum
 - a. Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan perkuliahan program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika.
 - b. Sebagai salah satu perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi dan sebagai penerapan ilmu pengetahuan atau teori yang didapat serta untuk memperoleh pengalaman praktis dalam penelitian.

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli kembali pada Toko HP AtengCell Di Mal Ramayana Sidoarjo.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli kembali pada Toko HP AtengCell Di Mal Ramayana Sidoarjo.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli kembali pada Toko HP AtengCell Di Mal Ramayana Sidoarjo.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara bersama-sama terhadap minat beli kembali pada Toko HP AtengCell Di Mal Ramayana Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi bagi perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk memperhatikan faktor kualitas produk yang dipasarkan, kualitas pelayanan, dan harga.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian - penelitian berikutnya dengan topik penelitian sejenis.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan aplikasi dari ilmu yang didapat untuk diterapkan pada masalah yang nyata di perusahaan.