

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era sekarang pertumbuhan pada dunia bisnis ditandai dengan semakin banyaknya pesaing. Melihat kondisi persaingan yang semakin melejit, setiap bisnis ritel modern perlu lebih memperhatikan dan meningkatkan keunggulan yang terdapat didalam bisnisnya untuk bisa memperhatikan terhadap hajat konsumen, sehingga pebisnis harus bisa mampu memaksimalkan kinerja dengan cara memunculkan inovasi ataupun keunikan yang dimiliki pelaku bisnis. Begitu pula dalam dunia bisnis yang wajib mempertahankan konsistensinya dengan cara memprogreskan bisnisnya tersebut dengan cara melakukan inovasi.

Moderisasi menimbulkan banyak hal baru, dimulai dengan bermunculannya ide-ide inovasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Komoditas yang tidak luput disentuh oleh inovasi adalah komoditas *fashion* atau pakaian. Komoditas *fashion* terus tumbuh dan berkembang sangat pesat dari tahun ketahun untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. *fashion* merupakan komoditas yang dapat dikatakan sebagai kebutuhan *primer* karena digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis *fashion* dituntut harus mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen serta harus dapat terus melakukan inovasi dan mengikuti tren *fashion* terkini agar dapat tetap bertahan dan bersaing pada industri *fashion*.

Indonesia merupakan pasar yang potensial bagi dunia usaha, khususnya usaha pakaian karena jumlah penduduknya yang terus bertambah. Permintaan

untuk memenuhi kebutuhan akan produk pakaian setiap tahun meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk. Menurut Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), tingkat pertumbuhan penduduk Indonesia mencapai 1,49 %. Hal tersebut dikarenakan pakaian merupakan salah satu kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh manusia. Besarnya kebutuhan akan produk pakaian menjadi peluang bagi perusahaan untuk memproduksi pakaian bagi konsumen di Indonesia. Melihat besarnya peluang pasar yang ada industri pakaian di Indonesia semakin berkembang dan beragam dalam memenuhi kebutuhan akan pakaian.

Kalangan anak muda saat ini banyak toko-toko yang menyediakan barang-barang tersebut sering disebut dengan nama lain yaitu distro. Distro adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian atau diproduksi sendiri. Distribution Store atau yang lebih dikenal dengan distro, merupakan perwujudan dari konsep DIY (*Do It Yourself*) yaitu suatu konsep untuk melakukan segala sesuatunya secara sendiri dan mandiri. Usaha Distro ini banyak dirintis oleh kalangan anak muda yang ingin mengapresiasi kreatifitas mereka melalui produk yang mereka hasilkan. Distro pada umumnya merupakan industri kecil menengah (IKM) yang bergerak di bidang distribusi penjualan di bawah brand sendiri Distro ini menyediakan berbagai macam produk seperti T-shirt, celana jeans, jaket, topi dan dompet dan merchandise lainnya, pada produk distro dibuat dengan sistem *limited edition* (jumlahnya terbatas) untuk menjaga keeksklusifitasannya dimana konsep rancangan desain produk yang dijual banyak mengambil unsur-unsur gaya hidup,

hobi, musik, *art design* yang disesuaikan dengan target pasarnya yaitu kalangan anak muda. Dalam segmen pasar anak muda semangat untuk tampil beda cukup menonjol. Selera anak muda yang beragam dan 3 ingin tampil lain dari yang lain menyuburkan bermunculan berbagai desain pakaian dan aksesorisnya. Hal ini juga didorong kreatifitas dari anak muda itu sendiri untuk menciptakan kebutuhan yang sesuai dengan selera konsumen.

Pemerintah terus mendorong perkembangan industri Fashion di Indonesia pemerintah sadar bahawa industri *fashion* Indonesia dapat berkembang pesat sampai ke internasional, menjadi penyumbang devisa dan mengurangi pengaguran di Indonesia, *fashion* merupakan sektor ekonomi kreatif yang cukup pesat perkembangnya di Indonesia karena itu butuh peran penting pemerintah dan masyarakat dalam membantu perkembangan industri fashion Indonesia. Fashion di era sekarang ini telah menjadi salah satu penyumbang devisa negara terbesar. Perkembangan industri fashion yang pesat menempatkan fashion di posisi kedua dalam jumlah usaha atau perusahaan ekonomi kreatif berdasarkan jajaran Sensus Ekonomi 2016 yaitu sekitar 15.01 %. Data dari CNBC Indonesia menyatakan bahwa industri fashion mampu berkontribusi sekitar 116 triliun. Dorongan permintaan pasar menjadi salah satu landasan awal dalam perkembangan *fashion* di Indonesia. Hal itu disebabkan oleh meningkatnya kesadaran rakyat Indonesia dalam hal *fashion* yang kini lebih mengarah pada lifestyle. Memacu perkembangan industri *fashion* di Indonesia dibutuhkan dukungan dari segala kalangan baik dari pemerintah pusat dan daerah serta masarakat sebagai konsumen sama pentingnya.

Melihat peluang akan berhasilnya konsep distro tersebut, membuat banyak orang tertarik untuk membuatnya yang menyebabkan pertumbuhan distro ini menjadi semakin cepat. Beberapa distro menjual barang yang hampir sama dengan pesaingnya, akan tetapi setiap distro tersebut tetap memiliki ciri khas dan variasi produk sendiri. Dengan bervariasinya produk yang ditawarkan tersebut membuat konsumen lebih selektif dalam memilih suatu produk. Kondisi demikian merupakan tantangan bagi perusahaan untuk berlomba menciptakan berbagai produk dan jasa yang di nilai berguna yang sesuai dengan selera dan daya beli konsumen. Oleh karena itu dalam memenangkan persaingan, setiap perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat untuk produk yang dihasilkannya.

Pada hal ini, pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi pelaku usaha untuk menarik konsumen membeli produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasaran memegang peran yang cukup vital bagi kelangsungan usaha bisnis bersangkutan saat ini. Usaha bisnis untuk dapat bertahan pada ketatnya persaingan tidak terlepas dari strategi pemasaran yang handal. Pemasaran merupakan upaya untuk mempromosikan, menginformasikan dan menawarkan kepada konsumen mengenai sebuah produk usaha atau layanan jasa yang dikelola sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan produk atau layanan jasa tersebut. Sedangkan, manajemen pemasaran merupakan proses penetapan tujuan-tujuan pemasaran bagi suatu organisasi (dengan mempertimbangkan sumber daya internal dan peluang pasar), perencanaan dan

pelaksanaan aktivitas untuk memenuhi tujuan-tujuan tersebut dan mengukur kemajuan ke arah pencapaiannya.

Strategi Pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan penting merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Suksesnya strategi pemasaran suatu usaha bisnis akan berpengaruh pada kepuasan konsumen setelah membeli/mengonsumsi suatu produk atau jasa oleh konsumen.

Salah satu distro yang sudah dikenal di Kota Sungai Penuh adalah Distro Skaters Jordan, Jl. Proklamasi, RT.01 Sungai Penuh. Distro Skaters Jordan adalah toko distro yang berbasis di Sungai Penuh, Jambi. Produk yang dijual meliputi, *longtees, hoodie, tees, snap back, back pack, pants, shirt, shock, parka, bomber* dan *bucket hat*. Produk yang ditawarkan ini dibuat dengan konsep-konsep baru, desain yang segar dan karakter tanpa mengurangi kualitas dari segi bahan, sablon, dan bordir.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Toko Distro Kota Sungai Penuh**

<b>NO</b>	<b>NAMA TOKO</b>	<b>ALAMAT</b>
1	Sekater Jordan	Sungai penuh
2	Mabelo	Sungai penuh
3	Distro agung	Sungai penuh
4	A2o distro	Sungai penuh
5	Pulau biru	Sungai penuh
6	Colleoa	Sungai penuh
7	Leon	Sungai penuh
8	Eximo	Sungai penuh
9	Kutai	Sungai penuh
10	Distro fuji	Sungai penuh

*Sumber : masyarakat*

Fenomena Distro yang berkembang saat ini di Kota sungai penuh merupakan bagian dari globalisasi dan modernisasi. Dimana para pemilik usaha Distro di Kota sungai penuh tidak ingin ketinggalan dengan kebutuhan akan gaya hidup dalam hal ini tentang fashion yang sangat berkembang di kota-kota besar lain yang ada di Indonesia. Begitu pula sebaliknya para peminat pakaian Distro, baik dari status sosial masyarakat dengan ekonomi atas, menengah sampai ekonomi bawah tidak ingin ketinggalan akan fashion dan lifestyle entah hanya untuk suatu tuntutan gaya hidup atau hanya sekedar mengikuti trend atau mode yang ada.

Minat beli ulang menurut Hasan (2018) bahwa minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen. Minat beli ulang berkaitan dengan kepuasan konsumen pada suatu barang atau jasa yang mereka konsumsi. Minat beli ulang menurut Awi & Chaipoopirutana (2014) faktor penentu yang mempengaruhi minat pembelian ulang ada tujuh faktor sebagai berikut : kepuasan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merek, kualitas produk, *perceived value* dan harga.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Suatu produk dapat dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya, bila manfaatnya lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis. Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya.

Fenomena minat beli ulang pada Distro Skaters Jordan, Jl. Proklamasi, RT.01 Sungai Penuh. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan pelanggan Distro Skaters Jordan, kecenderungan seseorang konsumen pembeli akan membuat

suatu rangkaian pilihan mengenai produk distro yang hendak dibeli atas dasar merek, kualitas produk, harga ,maupun minat.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Martono dan Iriani (2014) arti dari kualitas produk adalah “the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and refair, and other valued attributes”. Yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut Wijaya dalam Bailia, Soegoto dan Loindong (2014) kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan 12 produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Fenomena kualitas produk di Distro Skaters Jordan, Jl. Proklamasi, RT.01 Sungai Penuh, Berdasarkan observasi dan wawancara saya dengan pelayan atau penjaga took Distro Skaters Jordan, sangat banyak produk-produk yang cacat dan

juga produk yang ketinggalan jaman atau ketinggalan model. Untuk produk yang cacat toko Distro Skaters Jordan tidak menjual produk yang cacat dikarenakan takut konsumen kecewa, produk yang cacat itu akan di retur kembali. Untuk produk yang ketinggalan model, toko Distro Skaters Jordan akan menawarkan ke konsumen dan akan di jual dengan harga murah ke konsumen, supaya model lama tidak numpuk di toko.

Menurut Sunyoto (2015). Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Kepuasan konsumen merupakan hasil yang dirasakan dari membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa yang secara terus menerus dimana sesuai dengan harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Semakin puasnya konsumen maka akan semakin sering juga konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan demikian perusahaan akan mendapatkan konsumen yang setia dimana konsumen yang setia tersebut bisa dijadikan sandaran kehidupan perusahaan.

Fenomena kepuasan konsumendi Distro Skaters Jordan, Jl. Proklamasi, RT.01 Sungai Penuh, Berdasarkan observasi saya ditoko Distro Skaters Jordan kepuasan konsumen dalam berbelanja yaitu konsumen memperhatikan kualitas produk, pelayanan dan harga. Dan ada juga konsumen yang tidak puas dengan produk dan harga.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kualitas produk dan kualitas produk sebagai variabel bebas yang akan berpengaruh terhadap minat beli ulang serta dimediasi oleh kepuasan konsumen. Oleh karena itu judul yang dipilih adalah **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA DISTRO SKATERS JORDAN SUNGAI PENUH”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah Terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Distro Skaters Jordan Sungai Penuh dan Berapa Besar Pengaruh Secara Parsial ?
2. Apakah Terdapat Pengaruh dan Berapa Besar Pengaruhnya Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Distro Skaters Jordan Sungai Penuh dan Berapa Besar Pengaruh Secara Parsial ?
3. Apakah Terdapat Pengaruh Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Distro Skaters Jordan Sungai Penuh dan Berapa Besar Pengaruh Secara Simultan ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Pengaruhnya Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Distro Skaters Jordan Sungai Penuh dan Berapa Besar Pengaruh Secara Parsial.

2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Distro Skaters Jordan Sungai Penuh dan Berapa Besar Pengaruh Secara Parsial ?
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Distro Skaters Jordan Sungai Penuh dan Berapa Besar Pengaruh Secara Simultan ?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis, sumbangan bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran terutama mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Ulang.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini digunakan sebagai acuan bagi Distro Skaters Jordan dalam menyusun strategi pemasaran, sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan Minat Beli Ulang, serta diharapkan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.