

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Periode Revolusi Industri 4.0 saat ini sangat berdampak terhadap bisnis atau usaha yang tengah di jalankan orang-orang. Klaus Schwab pemrakarasa teknologi 4.0<sup>1</sup> memaparkan revolusi tidak hanya mengubah model bisnis dan polakompetisi akan tetapi juga merombak sistem ekonomi dan masyarakat. Semakin beragamnya keinginan dari konsumen mengharuskan perusahaan mampu menilai apa-apa saja yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen dimasa sekarang dan dimasa masa mendatang. Perkembangan perekonomian di Negara yang sedang berkembang termasuk Indonesia, dapat di rasakan adanya kemajuan yang pesat didalam aktivitas perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan. Suatu bisnis atau usaha apapun saat ini dapat diketahui dengan mudah oleh siapapun dimanapun, hal ini yang menimbulkan persaingan dunia usaha semakin ketat dari hari ke hari. Dibalik pesaingan yang ketat juga banyak sekali kemudahan yang ditemukan di era ini. Suatu perusahaan harus segera memposisikan strategi pemasaran yang tepat untuk mengikat pangsa pasar (*market share*).

Tujuan untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan tentu sangat terbantu dengan berbagai kemajuan ilmu teknologi yang semakin canggih

---

<sup>1</sup> Diakses dari <https://www.kemhan.go.id/pusbm/2019/04/30/revolusi-industri-4-0-dan-pengaruh-bagi-insutri-di-indonesia.html> pada tanggal 24 november 2021

sehingga perusahaan juga bisa mencapai laba yang diinginkan. Pandemi yang melanda Indonesia hingga dunia menjadikan banyak sekali usahawan baru yang mulai terjun ke dunia bisnis yang menjadikan banyak pula pesaing-pesaing baru di dunia bisnis. Ilmu teknologi yang sudah ada saat ini dimanfaatkan dengan baik. Tidak sedikit pula pesaing bisnis yang baru terjun malah lebih cepat berkembang dari pada bisnis yang lama atau yang lebih dulu, karena pesaing pesaing baru saat ini lebih menguasai pasar dan teknologi yang ada. Pengusaha-pengusaha saat ini tidak memiliki latar belakang pengusaha tapi mereka mampu menguasai segmentasi pasar yang baik. Serta memiliki kemampuan yang cukup tentang suatu bidang usaha.

Harga tentu menjadi sesuatu yang cukup dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian. Jumlah uang yang dibebankan kepada suatu barang atau jasa inilah yang di sebut dengan harga.<sup>2</sup> Produk akan semakin banyak diminati apabila barang memiliki harga yang lebih murah dibandingkan produk lain namun memiliki kualitas yang sama bahkan lebih unggul. Konsumen akan lebih termotivasi dalam melakukan pembelian.

Produk diproduksi guna memperoleh keuntungan juga diharapkan akan bertahan lama dipasaran. Secara konseptual produk adalah suatu yang bisa ditawarkan berarti produk harus memiliki kualitas yang bagus agar layak dipasarkan. Kualitas itu pula yang nantinya akan membuat konsumen lebih memilih produk yang kita pasarkan daripada produk lain. Meski tentunya sulit

---

<sup>2</sup> Friani Gloria Igir. Jhony R. E. Tampi. Henny Taroreh, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up" *Jurnal Administrasi Bisnis*, (Malalayang: Jurnal Administrasi Bisnis, 2018), hal. 89

untuk mencapai kualitas yang baik dari sebuah produk. Setidaknya kita harus terus mengevaluasi produk yang telah dipasarkan. Keberhasilan suatu produk dapat kita ketahui dari reaksi konsumen yang telah mengkonsumsi produk yang kita pasarkan. Perilaku konsumenlah yang mampu menunjukkan keberhasilan suatu produk yang telah di produksi. Mulai dari konsumen malukan pembelian ulang itu juga bisa dijadikan perspektif bahwa produk itu telah berhasil.

Situasi pandemi yang mengharuskan seseorang untuk tetap berada dirumah saja membuat banyak orang lebih memilih melakukan semua kegiatan secara online. Bekerja, berbelanja, bahkan sekolah banyak yang melakukannya secara online dari rumah. Aplikasi aplikasi online cukup dibutuhkan. Tidak terkecuali aplikasi ojek online, yang menyediakan layanan pesan antar (*delivery order*). Mau tidak mau usaha-usaha makan memerlukan kerjasama dengan perusahaan ojek online tersebut. Agar usaha yang dijalankan, tetap bisa berjalan di situasi pademi saat ini. Selain itu di era sekarang hal itu akan lebih memudahkan pembeli serta dapat memaksimalkan pemanfaatan teknologi. Pemanfaatan teknologi juga menjadikan daya saing baru bagi usaha-usaha baik makanan bahkan usaha-usaha lain. Upaya ini telah dilakukan pula oleh Donut Vico.

Penciptaan produk-produk baru dengan daya tarik tersendiri tentunya berbagai usaha perlu dilakukan pada masa masa seperti ini. Tujuan dilakukan tentu bukan karena tanpa alasan, melainkan untuk mencari target pasar yang baru. Karena sebuah produk diproduksi bertujuan untuk dikosumsi publik, maka sangat penting bagi suatu produk untuk memiliki kualitas yang baik entah

dari segi rasa, inovasi, bahkan dampak yang ditimbulkan dari pengkonsumsian produk tersebut. Selain dari kualitas produk sendiri kepuasan konsumen juga akan berpengaruh dalam berjalannya suatu usaha nanti. Usaha akan mengalami peningkatan atau malah mengalami penurunan di kemudian hari.

Produk bisa lebih unggul dibandingkan dengan pesaing dalam memenuhi kebutuhan konsumen dapat diartikan bahwa produk telah mencapai kualitasnya.<sup>3</sup> Produk dapat dikatakan berkualitas apabila produk telah dinilai sesuai dengan nilai ukur yang telah ditetapkan. Produk yang berkualitas berarti produk bisa menerangkan fungsinya keseluruhan produk.<sup>4</sup> Selain kualitas produk yang dapat mempengaruhi intensitas pembelian ulang, kepuasan dari konsumen juga dapat berpengaruh pada pembelian berulang. Konsumen yang merasa puas akan termotivasi untuk mengambil keputusan melakukan pembelian ulang. Kepuasan konsumen sendiri adalah sebuah rasa atau bisa juga dikatakan persepsi yang dimiliki konsumen saat setelah melakukan konsumsi.<sup>5</sup> Kualitas yang mumpuni akan menciptakan rasa puas dari pembeli sehingga sangat memungkinkan produk akan dibeli ulang oleh konsumen atau bisa disebut juga biasa disebut pembelian ulang.

Intensitas pembelian ulang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar sebuah produk yang dipasarkan berhasil dan mencapai kualitas. Selain

---

<sup>3</sup> Abil Fauzan Arifki dan Fullchis Nurtjahjani, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Konsumen di Alfabeth Store Pasuruan" *Jurnal aplikasi bisnis*, (Malang: Politeknik Negri Malang, 2018), hal. 282

<sup>4</sup> Triyanto, "Analisis Pengaruh Kualita Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen" (*studi Pada Swalayan Macro Mart Mojoroto Kota Kediri*) *Riset Manajemen dan Akuntansi* Vol. 10, (Kediri: UNP Kediri, 2017), hal. 2

<sup>5</sup> Abil dan Arifki, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayan Terhadap..." *Jurnal aplikasi bisnis*, hal. 282

dari kualitas produk yang baik kepuasan konsumen juga akan membawa pelanggan untuk kembali melakukan pembelian. Pembelian berulang sendiri bisa diartikan sebagai minat pembelian konsumen berdasarkan pengalaman dari pembelian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Pembelian ulang yang tinggi dapat menyatakan bahwa produk memberikan rasa puas yang tinggipula dari konsumen ketika mengambil keputusan melakukan pembelian berulang.<sup>6</sup> Harapan suatu produk di konsumsi secara berulang karena dirasa produk itu mampu menyaingi produk produk dari pesaing. Bukan produk di konsumsi hanya karena tidak ada yang lain. Maka dengan tujuan itu, peningkatan kualitas produk dan rasa puas yang diterima kosumenlah yang diharapkan agar nantinya membawa pelanggan untuk mengonsumsi produk itu kembali. Serta menarik konsumen baru dengan saran baik yang telah diberikan oleh konsumen lama agar memotivasi untuk melakukan pembelian pada produk dari vico.

Produk donut ini diharapkan memiliki jangkauan yang luas dikemudian hari. Hal yang sangat diinginkan owner adalah menjadikan produknya ini sebagai ciri khas kota. Banyak sekali produsen donut tetapi beliau optimis bahwa kualitas produk dari setiap perusahaan berbeda, dan itu yang terus dikembangkan. Bapak Huda selaku pemilik sedang mengusahakan perlahan agar produknya bisa dikenal oleh banyak orang, juga usahanya tidak berhenti hanya dengan lima outlet saja. Beliau juga sedang mengupayakan

---

<sup>6</sup> B Panca Putra P dan Ni Made Wulandari Kusumadewi, "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimesnsi Oleh Kepuasan Konsumen" *E-Jurnal manajemen* vol.8, (Bali: Universitas Udayana, 2019), hal. 4985

inovasi inovasi baru untuk produknya. Serta mengupayakan kenyamanan konsumen saat melakukan pembelian di lokasi outlet. Salah satu outlet yang sedang penulis teliti salah satunya memiliki situasi yang nyaman menurut peneliti.

Alasan untuk menggunakan vico sebagai bahan dalam penelitian yaitu donut Vico saat ini cukup populer dikalangan orang Tulungagung dan cukup berkembang saat ini. Disituasi Indonesisa yang saat ini diserang oleh pandemi meski berdampak akan tetapi tidak menyusutkan produksi yang telalu signifikan. Outlet yang dimiliki semakin berkembang dari hari kehari. Donut vico mulai mempersiapkan tempat seperti yang bisa digunakan untuk nongkrong anak muda dan membuat inovasi baru pada minumannya namun masih dengan harga yang di tarik dibawah produsen-produsen donut yang sudah jauh berkembang. Konsep baru yang diusung Vico Donut ini diharapkan mampu bersaing dengan produsen produsen donut lainnya yang sudah lebih dulu.

Alasan lain peneliti mengusung usaha donut yang berdiri sejak tahun 2017 ini. Usaha yang dimiliki oleh Bapak Khasbullah Huda cukup menarik minat peneliti, karena latar belakang pemilik dan pencipta resep donut ini sendiri bukanlah asli pengusaha dalam kata lain beliau juga tidak menempuh pendidikan mengenai bisnis atau bahkan kursus memasak sekalipun. Beliau adalah sarjana bahasa inggris di STKIP Tulungagung. Beliau bisa dikatakan berhasil dibidang usaha makanan saat ini, ditunjukkan dengan berkembangnya usaha donut yang digeluti saat ini. Hingga beliau sudah bisa memiliki lima

outlet dan bahkan salah satu otletnya sudah dibuat lokasi yang tidak hanya menyediakan jualan donut tapi juga menyediakan tempat untuk nongkrong bersama teman atau hanya untuk sekedar bersantai. Beliau juga mengembangkan kualitas donutnya dengan resep dan kualitasnya berbeda dengan yang biasa diproduksi. Harapan agar produknya akan lebih mudah dikenali oleh berbagai kalangan. Karane ternyata masih banyak orang yang belum terlalu mengenal Vico Donut ini. Penggunaan teknologi yang belum terlalu signifikan dalam pemasarannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan bahwa harga, kualitas dan kepuasan konsumen penting untuk memotivasi konsumen membeli ulang. Hingga pada akhirnya hal itu yang digunakan penulis sebagai rujukan untuk melanjutkan skripsi. Dengan judul skripsi “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap *Repurchase Intention* (Pembelian Ulang) pada Vico Donut”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Sistem pencatatan yang masih manual menyulitkan pemilik dalam mencari informasi yang dibutuhkan dalam waktu yang cepat
2. Kurangnya sistem promosi membuat masih banyak pula orang yang belum mengetahui Vico Donut

**C. Rumusan Masalah**

1. Adakah pengaruh secara positif dan signifikan harga terhadap intensitas pembelian ulang di Donut Vico?
2. Adakah pengaruh secara positif dan signifikan kualitas produk terhadap intensitas pembelian ulang di Donut Vico?
3. Adakah pengaruh secara positif dan signifikan kepuasan konsumen terhadap intensitas pembelian ulang pada Donut Vico?
4. Adakah pengaruh secara positif dan signifikan harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap intensitas pembelian ulang pada Donut Vico?

**D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh secara positif dan signifikan harga terhadap intensitas pembelian ulang pada Donut Vico
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh secara positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap intensitas pembelian ulang pada Donut Vico
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh secara positif dan signifikan dari kepuasan konsumen terhadap intensitas beli ulang di Donut Vico
4. Untuk menganalisis dan mengetahui secara positif dan signifikan pengaruh dari harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen pada intensitas beli ulang di Donut Vico

## **E. Manfaat Penelitian**

### a. Manfaat Teoritis

Teoritis sendiri hendaklah dapat memberikan sedikit wawasan tentang teori teori yang berkaitan dengan kualitas produk, kepuasan konsumen maupun teori teori yang berkaitan dengan *Repurchase Intention* (pembelian ulang).

### b. Manfaat Praktis

1. Penelitian dilakukan guna untuk menambah ilmu pengetahuan dan media belajar untuk memecahkan masalah-masalah yang ada didalam masyarakat
2. Manajemen Donut Vico, sedikit pemahaman lebih tentang pembelian ulang yang sedang atau telah terjadi selama ini.
3. IAIN Tulungagung, guna menambah referensi berkaitan dengan kualitas produk, kepuasan konsumen maupun *Repurchase Intention* (pembelian ulang).
4. Peneliti lain, karena dalam penelitian yang diteliti tentunya masih banyak sekali terdapat kekurangan. Oleh karena itu, sangat terbuka lebar bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian lanjutan di masa mendatang.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Jadi dari pemaparan permasalahan yang ada dalam latar belakang dapat diidentifikasi seperti berikut:

1. Era revolusi industry 4.0 dalam perekonomian di Indonesia saat ini

2. Pesaingan yang ada saat ini dalam dunia bisnis khususnya pada bisnis kuliner yang ada di Tulungagung
3. Kualitas produk yang diproduksi oleh Donut Vico
4. Kepuasan konsumen dalam membeli produk yang telah diproduksi oleh Donut Vico
5. Pembelian berulang yang dilakukan konsumen untuk produk yang diperdagangkan oleh Donut Vico

### **G. Penegasan Istilah**

#### Definisi Operasional

##### a. Harga (X1)

Harga merupakan suatu alat tukar untuk menilai suatu produk atau jasa yang akan dinikmati. Data akan diambil menggunakan kuisioner, yang diisi oleh konsumen melalui google form.

##### b. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk merupakan usaha untuk mencukupi hingga melampaui keinginan dari pembeli. Kualitas sendiri meliputi produk, proses, manusia, bahkan serta lingkungan.<sup>7</sup> Data akan diambil menggunakan kuisioner, yang diisi oleh konsumen melalui google form.

##### c. Kepuasan Konsumen (X3)

Kepuasan konsumen diartikan perbedaan fungsi antara kinerja yang dirasakan. Kepuasan sendiri merupakan sebuah respon dari pelanggan

---

<sup>7</sup> Afnina dan Yuli hastuti, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan" *E-Jurnal SEB* vol.9 no.1, (Aceh: STIM Pase Langsa, 2018), hal. 22

mengenai rasa ketidakpuasan atau puas yang dirasakan antara harapan harapan sebelum pemakaian dengan yang dirasakan setelah melakukan pemakaian.<sup>8</sup> Data akan diambil menggunakan quisioner, yang diisi oleh konsumen melalui google form.

d. *Repurchase Intention* (Pembelian Ulang) (Y)

Evaluasi diberikan oleh kosumen tentang beli ulang sebuah produk maupun layanan disuatu usaha dengan mempertimbangkan keadaan dan situasi yang sudah pernah dialami ini bisa disebut dengan *Repurchase Intention* (pembelian ulang)<sup>9</sup>. Data akan diambil menggunakan quisioner, yang diisi oleh konsumen melalui google form.

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mengetahui gambaran secara kronologis tentang hubungan tentang tiap-tiap bab maka dibuatlah sistematika pembahasan sebagai berikut:  
 BAB I : Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, penegasan istilah judul yang berkaitan dengan sistematika penulisannya. Pada bab ini berisi hal-hal pokok yang dijadikan sebagai patokan dalam memahami bab-bab selanjutnya.

BAB II : Pendahuluan, bab ini berisi tetntang beberapa kajian teori terkait dengan judul. Dalam bab ini juga membahas penelitian terdahulu untuk dijadikan perbandingan dengan penelitian yang dilakukan.

---

<sup>8</sup> Ibid., hal.23

<sup>9</sup> Firdaus, "Pengaruh Persepsi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Private Label Indomaret (Strudi Pada Konsumen Indomaret di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi)" *Jurnal manajemen terapan dan keuangan vol. 9 n0.1*, (Jambi: STISIP, 2020), hal. 3

BAB III : Membahas pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan dan analisis data, pengecekan keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV : Merupakan pembahasan yang berisi tentang hasil pembahasan dan hubungan antara penelitian dengan teori maupun studi empiris atau tinjauan yang telah dilakukan peneliti lain.

BAB V : Bagian dengan isi simpulan dari peneliti dan saran.

BAB VI : Kesimpulan dan saran