

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi saat ini kondisi persaingan yang semakin banyak antar perusahaan merupakan hal yang umum terjadi di dalam dunia bisnis. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan informasi, mengharuskan suatu perusahaan untuk meningkatkan berbagai strategi, inovasi dan kualitas untuk mengantisipasi adanya persaingan yang semakin ketat. Persaingan usaha di masa sekarang ini semakin ketat karena banyaknya produk dan jasa yang telah dijual-belikan dipasaran dan banyaknya angka permintaan konsumen akan produk tersebut. Adanya pesaing karena terdapat celah untuk menciptakan produk atau jasa yang unggul daripada yang sudah ada dan lebih baik dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Salah satu kunci sukses untuk menghadapi persaingan adalah dengan meningkatkan dan mengembangkan sumber daya manusia secara proaktif serta meningkatkan kualitas sebuah produk. Setiap perusahaan akan bersaing dengan perusahaan lain untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen. Suatu usaha dipandang lebih unggul dibandingkan para

pesaingnya adalah dengan memberikan suatu pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang dapat memenuhi tingkat kepuasan konsumen sehingga berpengaruh terhadap niat pembelian ulang. Selain adanya persaingan yang terjadi diantara perusahaan, bahan baku juga sebagai faktor yang penting di sektor produksi karena jumlah persediaan akan memengaruhi kelancaran proses produksi dan kualitas produk. Kualitas produk yang baik akan menciptakan *repurchase intention* (pembelian ulang).

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Konsumsi Kecap Manis dalam Rumah Tangga Indonesia**  
**Di Tahun 2017-2022**

Tahun	Konsumsi Kecap (kg/kapita)
2017	0,895
2018	0,831
2019	0,749
2020	0,741
2021	0,784
2022	0,806

Sumber Data: Buletin Konsumsi Pangan Kementerian Pertanian

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa dari tahun ketahun konsumsi kecap manis dalam rumah tangga Indonesia mengalami fluktuasi.<sup>2</sup> Hal ini dibuktikan pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 0,064 kg/kapita. Pada tahun 2019 mengalami penurunan sekitar 0,082 kg/kapita. Pada tahun 2020 mengalami penurunan sekitar 0,008 kg/kapita. Pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 0,043 kg/kapita. Sedangkan pada tahun 2022 konsumsi kecap manis mengalami kenaikan sebesar 0,022 kg/kapita. Adanya

---

<sup>2</sup>Sekjen Pertanian Republik Indonesia, "Buletin Konsumsi Pangan Indonesia", diakses melalui [http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/epublikasi/buletin/konsumsi/2022/Buletin\\_Konsums\\_Pangan\\_Volume\\_13\\_Nomor\\_1\\_2022/files/assets/basic-html/page40.html](http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/epublikasi/buletin/konsumsi/2022/Buletin_Konsums_Pangan_Volume_13_Nomor_1_2022/files/assets/basic-html/page40.html), pada tanggal 07 April 2023 pukul 15.45

pandemi COVID-19 menyebabkan terjadinya fluktuasi dalam perkembangan konsumsi kecap manis dalam rumah tangga di Indonesia.

Saat ini keadaan pangsa pasar kecap sangat baik di Indonesia. Hal ini ditandai dengan adanya peningkatan usaha di sektor kuliner seperti restoran, rumah makan, warung-warung mau pun tempat-tempat yang menyediakan makanan. Karena kecap sendiri merupakan salah satu bahan masakan dan sebagai penyedap makanan yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia dan memiliki cita rasa yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan masakan itu sendiri, seperti kecap manis untuk memberi cita rasa yang manis, kecap asin untuk memberikan cita rasa asin kepada masakan.

**Tabel 1.2**

**Data Penjualan Kecap Purnama KD Cap 2000**

**Tahun 2017-2021/Kemasan**

No	Tahun	Kemasan (botol)		
		600ml	300ml	150ml
1	2017	120.135	49.697	195.465
2	2018	120.285	49.847	195.615
3	2019	120.325	49.887	195.655
4	2020	118.476	48.256	193.135
5	2021	117.464	47.228	192.546

Sumber Data: Pabrik Kecap Purnama KD Cap 2000

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa penjualan pabrik Kecap Purnama KD Cap 2000 mengalami peningkatan dan penurunan (fluktuasi). Pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan di seluruh kemasan. Penurunan ini diakibatkan adanya pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia. Selain adanya dampak pandemi COVID-19, faktor persaingan

dagang khususnya di wilayah Tulungagung juga berdampak pada penurunan penjualan produk Kecap Purnama KD Cap 2000.

Orang yang berpartisipasi dalam aktivitas pembelian atau menggunakan suatu produk disebut sebagai konsumen. Perilaku konsumen adalah proses keputusan dan tindakan individu untuk mengevaluasi, membeli, menggunakan atau mengelola barang dan jasa.<sup>3</sup> Dalam dunia bisnis saat ini, konsumen merupakan pemegang kekuasaan yang pertama dan memiliki pengaruh tinggi terhadap perusahaan. Sehingga pelaku bisnis perlu mengetahui karakter konsumen, perilaku konsumen dan meningkatkan produk yang dapat menarik konsumen. Konsumen adalah subjek yang sangat penting bagi pengusaha. Berbisnis dapat berjalan baik dengan adanya peran konsumen. Oleh karena itu, pelaku bisnis yang sukses biasanya adalah mereka yang mampu membangun hubungan baik dengan konsumen dalam usahanya. Memahami perilaku konsumen (*Consumer Behavior*) bagi setiap perusahaan merupakan hal yang krusial sebelum menjual atau menawarkan suatu produk. Tanpa kemampuan menganalisis bagaimana pelanggan akan bereaksi terhadap produk tertentu, perusahaan pasti akan mengalami kerugian.

Kualitas pelayanan merupakan elemen penting yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan untuk melayani dan menghargai konsumen. Mengutip dari Gronross, dan juga lainnya, kualitas dari suatu pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan persepsi mereka

---

<sup>3</sup> Adi Nugroho, "*Perilaku Konsumen*", (Jakarta: Studia Press, 2002), hal. 2

terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kualitas layanan didefinisikan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.<sup>4</sup> Dengan kualitas layanan yang baik diharapkan konsumen merasa puas dan memberikan sikap loyalitas kepada suatu perusahaan sehingga ketika konsumen telah loyal terhadap suatu produk yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan terjadi suatu *repurchase intention* (pembelian ulang). Kondisi pelayanan di perusahaan kecap purnama KD cap 2000 belum sepenuhnya dirasakan oleh konsumen, sehingga dapat mengakibatkan pembelian ulang terhadap produk mengalami kendala. Seperti halnya, ketika pandemi COVID-19 perusahaan kecap belum bisa memberikan pelayanan penuh kepada konsumen yang berada diluar Tulungagung karena adanya peraturan pembatasan kegiatan masyarakat.

Kualitas produk juga sebagai salah satu elemen utama yang terdapat dalam suatu perusahaan dan memiliki peran penting dalam menjamin konsumen melakukan pembelian ulang, terutama pada industri yang bergerak di bidang makanan atau minuman. Sudaryono mendefinisikan produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Sedangkan, produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan

---

<sup>4</sup> Farid Firmansyah dan Rudy Haryanto, “*Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*”, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), hal. 12

ide, Jadi dapat disimpulkan bahwa produk bukanlah sesuatu yang berwujud saja, tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud, yang dapat ditawarkan ke pasar.<sup>5</sup> Produk dari Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 memiliki cita rasa yang khas dan banyak diminati oleh konsumen. selain itu, produk memiliki desain dalam berbagai ukuran. Kualitas produk baik akan mempengaruhi pembelian ulang konsumen.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap hasil suatu produk dengan harapan harapannya. Tjiptono mendefinisikan kepuasan konsumen atau pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya. Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penentu dari keberhasilan pengusaha, maka harus memperhatikan antaraharapan yang diinginkan oleh masyarakat dengan jasa yang diberikan.<sup>6</sup>

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

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, hal. 17

<sup>6</sup> Arif Wibowo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umum Bus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 11, Nomor 2, April 2014, hal. 69

tinggipula dari konsumen ketika mengambil keputusan melakukan pembelian berulang.<sup>7</sup>

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 yang beralamat di RT/RW 02/01 Dusun Ringinputih Desa Ringinpitu, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Perusahaan ini sudah berdiri cukup lama yaitu sejak tahun 2000 sampai sekarang masih memproduksi kecap dan semakin berkembang pesat. Perusahaan ini merupakan perusahaan satu-satunya yang sukses di desa Ringinpitu dan selalu mendapatkan permintaan dari konsumen yang cukup tinggi karena memiliki cita rasa yang enak dan memiliki berbagai varian harga dan produk yang bermacam-macam.

Alasan untuk menggunakan produk kecap sebagai bahan penelitian yaitu produk kecap merupakan salah satu bahan masakan yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Terdapat berbagai macam jenis dari kecap yang memiliki cita rasa dan kegunaan yang berbeda-beda. Seperti halnya kecap asin yang digunakan untuk memberikan cita rasa asin pada masakan dan dapat digunakan sebagai pengganti garam. Di Indonesia sendiri terdapat banyak produk kecap yang terkenal dari perusahaan besar yang berdiri sejak lama bahkan puluhan tahun. Seperti di Tulungagung terdapat banyak pabrik yang memproduksi kecap salah satunya yaitu pabrik Kecap Cap Kuda Han Kioe, Kecap Traju Mas, Kecap Koki Dollar dan Kecap Purnama KD Cap

---

<sup>7</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

2000. Dengan banyaknya produk kecap di pasaran maka terjadi persaingan antar perusahaan kecap untuk mendapatkan konsumen. Maka Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 harus meningkatkan berbagai cara untuk mendapatkan konsumen salah satunya dengan memperbaiki kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen agar konsumen tertarik dan melakukan pembelian ulang.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang terkait dengan penelitian ini yaitu untuk menjawab segala permasalahan yang ada. Berikut identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan belum sepenuhnya dirasakan oleh konsumen, sehingga dapat mengakibatkan minat beli ulang terhadap produk mengalami kendala.
2. Kualitas produk tidak kalah dengan perusahaan kecap lain.
3. Adanya persaingan yang ketat antar perusahaan kecap sehingga mengharuskan perusahaan menyusun strategi untuk menarik konsumen.
4. Pembelian ulang konsumen yang masih perlu dianalisis pembuktiannya dalam hubungan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat diidentifikasi berbagai masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) di Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000?
2. Adakah pengaruh signifikan kualitas produk terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) di Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000?
3. Adakah pengaruh signifikan kepuasan konsumen terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) di Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000?
4. Adakah pengaruh signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) di Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Menguji pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) di Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000
2. Menguji pengaruh signifikan kualitas produk terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) di Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000
3. Menguji pengaruh signifikan kepuasan konsumen terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) di Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000
4. Menguji pengaruh signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) di Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000

## E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

### 1. Aspek Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan literasi dan menjadikan rujukan tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000.

### 2. Aspek Praktis

#### a. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam mengidentifikasi dan menganalisis minat pembelian ulang pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000.

#### b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000.

#### c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya.

## **F. Ruang Lingkup dan Batasan penelitian**

### **1. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang Lingkup Penelitian ini berkaitan dengan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian adalah kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan kepuasan konsumen (X3) sedangkan variabel terikatnya adalah pembelian ulang (Y).

### **2. Batasan Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000.

## **G. Penegasan Istilah**

Untuk memudahkan dalam memahami judul tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap *Repurchase Intention* (Pembelian Ulang) Pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000.

### **1. Konseptual**

#### **a. Kualitas Pelayanan (X1)**

Kualitas pelayanan adalah suatu usaha dalam menyampaikan jasa guna memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, ketepatan dalam penyampaian agar sesuai dengan harapan pelanggan.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>Fandy Tjiptono, *Service Management: Performing Perfect Service (Translate from Mewujudkan Layanan Prima)*, (Yogyakarta: ANDI Publisher, 2008)

b. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk adalah kualitas produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>9</sup>

c. Kepuasan Konsumen (X3)

Kepuasan konsumen ketika keinginan konsumen sama dengan ekspektasi konsumen, sehingga perusahaan dituntut untuk selalu dapat menyediakan dan mencadangkan produk dan layanan serta memenuhi keinginan dari konsumen yang akan berdampak pada kepuasan konsumen.<sup>10</sup>

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

*Repurchase Intention* (Pembelian ulang) merupakan tindakan yang muncul dalam respon ke objek. Minat pembelian ulang menunjukkan pelanggan yang ingin melakukan pembelian berulang di masa mendatang.<sup>11</sup>

## 2. Operasional

Dalam penelitian berfokus pada bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap *repurchase intention* (pembelian ulang) pada Perusahaan Kecap Purnama KD Cap 2000 di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten

---

<sup>9</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4*, (Yogyakarta: ANDI Publisher, 2015), hal. 232

<sup>10</sup> Arief budiyanto, *Pemasaran Jasa Pengertian dan Perkembangan*, (Surabaya:Cipta Media Nusantara, 2021), hal. 76

<sup>11</sup> Trisnawati F, *Strategi Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13* (Jakarta: Erlangga,2019), hal 146

Tulungagung serta menjelaskan variabel dalam penelitian dengan perbedaannya. Kualitas Pelayanan dalam indikator ini dapat mempengaruhi *Repurchase Intention* (Pembelian ulang) yaitu Penataan barang yang dilakukan untuk memudahkan konsumen, Lahan parkir yang luas memudahkan untuk konsumen dan distributor untuk memarkirkan kendaraan dengan aman, Karyawan perusahaan yang memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen, Perusahaan memberikan jaminan kepada pembeli terhadap produk-produk tertentu, Perusahaan meminta maaf saat terjadi kesalahan dalam melayani pembeli.

Kualitas Produk dalam indikator ini dapat mempengaruhi *Repurchase Intention* (Pembelian ulang) yaitu kualitas yang dipersepsikan (perceived quality), keindahan produk (aesthetics), daya tahan (durability), dan keandalan (reliability). Kepuasan konsumen dalam indikator ini dapat mempengaruhi *Repurchase Intention* (Pembelian ulang) yaitu Produk penentu memberi kepuasan, Produk penentu memberi manfaat, Pelayanan penentu kepuasan, Vasilitas call center, Pembelian online, Keramahan, dan kesopanan karyawan. *Repurchase Intention* (Pembelian ulang) dalam indikator ini dapat mempengaruhi pembelian yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mengetahui gambaran pemahaman tulisan ini maka dibuat sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

**BAB I** : Latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian, penegasan istilah serta sistematika penulisan dimaksudkan agar pembaca dapat memahami dan mengetahui dengan jelas konteks penelitian ini. Pada bab ini berisi hal-hal pokok yang dijadikan acuan dalam bab-bab selanjutnya.

**BAB II** : Pendahuluan, bab ini berisi tentang kajian teori yang terkait dengan judul. Dalam bab ini juga berisi mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, pembelian ulang dan penelitian terdahulu untuk dijadikan perbandingan dengan penelitian yang sebelumnya. Serta berisi kerangka konseptual dan hipotesis.

**BAB III** : Membahas metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh hasil penelitian yang maksimal mengenai pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

**BAB IV** : Data hasil penelitian yang terkait dengan permasalahan. Selain itu penulis menyajikan pengujian data dan pembuktian hipotesis.

**BAB V** : Berisi tentang pembahasan hasil diskusi dengan buku dan penelitian terdahulu yang relevan.

**BAB VI** : Berisi kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang

diperoleh kemudian dapat diberikan pada pihak yang terkait.