

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis atau Niaga merupakan kegiatan jual beli barang atau jasa untuk memperoleh laba / keuntungan. Bisnis biasanya dijalankan oleh suatu organisasi atau individu. Bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran pemiliknya, namun tidak semua bisnis mengejar keuntungan hanya untuk pemilik saja, ada juga bisnis koperasi dan institusi pemerintah yang bertujuan mensejahterahkan anggota dan rakyat. Bisnis dikelompokkan menjadi beberapa macam jenis yaitu bisnis pertanian, bisnis produksi bahan mentah, manufaktur, konstruksi, transportasi, komunikasi, perdagangan kecil dan besar, finansial dan jasa.

Terdapat banyak sekali macam-macam bisnis, dan bisnis yang saat ini banyak dilakukan oleh para pengusaha adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner bisa menjadi usaha yang menjanjikan keuntungan di Indonesia apabila produk kuliner yang di perjualbelikan masih produk baru, karena dengan produk baru bisa membuat orang penasaran. Bisnis kuliner di Indonesia sangat pesat perkembangannya, mulai dari bisnis kuliner yang menyajikan makanan ringan maupun berat. Tidak terkecuali di Kabupaten Pasuruan berbagai macam bisnis kuliner ada disini seperti makanan dari olahan daging, seafood, roti dan lain-lain. Bisnis kuliner dari olahan roti sangat banyak peminatnya, mulai dari olahan roti (kue) tart, roti lapis kukus, brownies, maupun roti bakar. Salah

satu bisnis yang sudah banyak peminatnya adalah ROTI BAKAR PAK BONDAN.

Bisnis ROTI BAKAR PAK BONDAN menjual berbagai jenis model olahan roti seperti roti bakar, tetapi ada juga roti kukus, dan panggang dengan berbagai macam rasa selai dan topping yang bisa membuat konsumen penasaran untuk membeli produk yang dijual. Banyaknya macam rasa yang disediakan ini diharapkan bisa menarik konsumen untuk membeli. Berbagai strategi dilakukan untuk mempertahankan konsumen agar menjadi konsumen tetap, beberapa cara untuk menarik konsumen datang untuk melakukan repurchase intention adalah dengan promosi, memberikan kualitas yang terbaik serta loyalitas terhadap pelanggan seperti memberikan diskon atau bonus untuk pelanggan.

Terdapat banyak sekali strategi-strategi untuk mempercepat pertumbuhan perusahaan seperti online promotion, kualitas produk, dan membership program, beberapa strategi ini perlu dilakukan, apalagi banyak perusahaan yang sejenis yang menjadi pesaing, hal ini menuntut perusahaan untuk memenangkan persaingan dengan bergerak lebih cepat untuk hal menarik perhatian konsumen, para pelaku bisnis dibidang makanan dan minuman juga dituntut untuk menciptakan diferensiasi yang unik seperti menggunakan bahan baku yang berbeda, rasa yang berbeda dan lebih berkualitas dari para pesaing yang sejenis agar dapat mempertahankan keunggulannya. Agar produk yang dijual bisa dikenal oleh masyarakat luas maka perlu dilakukan kegiatan pemasaran. Perusahaan yang menerapkan

konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi repurchase intention.

Pemasaran merupakan sebuah proses sosial dimana dalam proses tersebut individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas menukarkan produk dan jasa yang bernilai kepada pihak lain (Kotler,2005). Pemasaran sangat berpengaruh dalam mengenalkan suatu produk, terdapat berbagai macam pemasaran yang dapat menunjang suatu produk dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga masyarakat akan mengetahui produk yang ditawarkan atau dipromosikan, konsumen akan tertarik untuk melakukan repurchase intention. Setelah konsumen membeli produk yang dijual, konsumen akan merasakan cita rasa dan manfaat dari produk yang telah dipakai dan di konsumsi, konsumen akan mengetahui informasi produk dan mengetahui kualitas produk yang dijual oleh perusahaan, dapat dipastikan jika kegiatan promosi dan kualitas produk bagus maka konsumen akan tertarik dan melakukan repurchase intention, sangat penting bagi perusahaan dalam memberikan produk yang berkualitas agar konsumen bertahan dan loyal kepada perusahaan. Kegiatan atau strategi selanjutnya yang dapat mempengaruhi konsumen akan melakukan repurchase intention adalah membership program yaitu program loyalitas perusahaan kepada konsumen. Setiap perusahaan berbeda dalam menjalankan program loyalitas ini, hal yang sering dilakukan perusahaan dalam kegiatan membership program

kebanyakan dengan memberikan diskon potongan harga dan bonus kepada konsumen.

Repurchase intention merupakan keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli kembali suatu produk, dikarenakan beberapa faktor seperti kualitas produk, promosi dan diskon serta membership program atau program loyalitas dari perusahaan kepada konsumen. Menurut Ferdinand (2002:125), repurchase intention merupakan suatu komitmen konsumen yang terbentuk setelah konsumen melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Komitmen dan keputusan pembelian ulang ini timbul karena kesan positif konsumen terhadap suatu merek, dan konsumen puas terhadap pembelian tersebut. Priansa (2017:168), minat pembelian ulang merupakan perilaku yang memunculkan respon terhadap objek yang diinginkan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Apabila konsumen memperoleh respon positif atas tindakan masa lalu yang diterimanya sehingga memungkinkan individu untuk melakukan pembelian ulang. Terdapat empat dimensi sebagai berikut:

- a. Minat Transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk atau jasa secara berulang yang didasarkan kepercayaan yang tinggi terhadap produk atau jasa.
- b. Minat Eksploratif yaitu perilaku yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif produk tersebut
- c. Minat Preferensial yaitu perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut, namun berubah bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya
- d. Minat Referensial, Seseorang merefensikan produk kepada orang lain dan

membicarakan produk ke kerabat mereka tentang produk atau jasa yang telah digunakan.

Kegiatan pemasaran yang paling penting adalah promosi. Menurut Chung(2003) promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap repurchase intention konsumen. Promosi bisa dilakukan dengan memperkenalkan dan menawarkan secara langsung produk yang dijual, contohnya dengan memperkenalkan dan menawarkan kepada calon pembeli agar tertarik untuk membeli. Promosi merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh setiap pengusaha yang memiliki suatu produk baru dan belum banyak orang yang mengetahui produk yang dibuat dan dijual oleh perusahaan. Pengusaha wajib untuk melakukan strategi promosi agar produknya dikenal oleh masyarakat luas yaitu dengan memperkenalkan dan menawarkan kepada semua orang agar tertarik dan membeli produk yang dibuat. Kegiatan promosi juga bisa dilakukan secara online yaitu lewat internet. Menurut Sulianta (2014:90), promosi online sebagai kegiatan promosi melalui internet dan media promosi yang saat ini sering digunakan dalam online promotion adalah instagram, facebook, dan twitter. Dimensi online promotion sebagai berikut: a. Sosial media, dengan memanfaatkan sosial media sebagai penghubung agar data yang dicari konsumen lebih mudah ditemukan. b. Memberikan informasi yang dapat dilakukan dengan menyajikan gambar yang menarik c. Memberikan pengetahuan tentang produk, memberikan informasi perusahaan secara rinci dan jelas pada website perusahaan tersebut dengan semakin berkembangnya teknologi maka kegiatan promosi lewat internet merupakan jalan yang bisa

menjadi pilihan selain promosi langsung, promosi lewat internet disebut juga dengan online promotion yaitu kegiatan mengenalkan dan menawarkan suatu produk kepada konsumen lewat internet, beberapa jenis promosi yaitu periklanan (advertising), penjualan secara langsung (direct marketing), publikasi dan promosi penjualan.

Hal yang tidak kalah penting dari strategi bisnis adalah dari segi kualitas produk, semakin baik kualitas produk maka semakin banyak pula konsumen yang melakukan repurchase intention. Pengertian kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2010:272) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Mowen (2002), berpendapat kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas. Pelanggan akan puas terhadap kualitas suatu produk ketika memenuhi harapan mereka. Kualitas produk yang kita jual dapat menentukan bagaimana keberhasilan dalam mencuri minat pembeli lain, karena orang lain biasanya akan bertanya kepada orang yang sudah membeli produk yang dijual tentang bagaimana kualitas produk tersebut. Sebagai seorang penjual produk maka di haruskan untuk memberikan dan menjaga kualitas dari produk yang dijual, agar konsumen datang untuk membeli lagi produk yang dijual dilain waktu. Faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan terhadap konsumen adalah kepuasan dan tingkat pembelian kembali konsumen tersebut.

Tujuan pembentukan umum kualitas produk itu sendiri adalah untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang terbaik menurut konsumen. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (design) produk maupun inti (core) produk itu sendiri. Namun jika harapan pelanggan tidak terpenuhi, maka pelanggan akan menganggap bahwa sebuah produk mutunya rendah. Hal ini berarti bahwa kualitas produk dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk menjaga kualitas produk adalah dengan mempertimbangkan berbagai bahan baku dalam membuat produk tersebut, dengan memilih bahan baku yang berkualitas maka kualitas produk bisa dipastikan bagus. Memberikan produk yang berkualitas kepada konsumen dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual, ini memungkinkan konsumen agar melakukan repurchase intention.

Strategi lain yang dapat berpengaruh terhadap repurchase intention adalah membership program. Membership program adalah program loyalitas pelanggan yang dijalankan oleh hampir semua perusahaan dengan kadar keseriusan dan cara yang berbeda, ini sebagai bentuk apresiasi kepada pelanggan karena telah membeli kembali produk yang kita jual. Contoh program loyalitas kepada konsumen ini yaitu dengan memberikan bonus dan diskon jika konsumen membeli produk secara berulang. Pelanggan jangka panjang membeli lebih banyak, kurang sensitif terhadap harga, dan bisa

menarik pembeli lain. Membership program biasanya berbentuk kartu member, yang berisi ketentuan harga atau diskon untuk kegiatan pembayaran. Dengan diskon yang diberikan bisa membuat konsumen melakukan repurchase intention.

Faktor promosi, kualitas produk dan membership program merupakan beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen saat akan membeli produk. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan suatu bisnis, baik bisnis berupa barang atau jasa, bidang makanan dan minuman, promosi, kualitas produk, dan membership program menjadi suatu hal yang penting.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah online promotion berpengaruh terhadap repurchase intention di kedai ROTI BAKAR PAK BONDAN ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap repurchase intention di kedai ROTI BAKAR PAK BONDAN ?
3. Apakah membership program berpengaruh terhadap repurchase intention di kedai ROTI BAKAR PAK BONDAN ?
4. Bagaimanakah online promotion, kualitas produk dan membership program secara bersamaan berpengaruh terhadap repurchase intention di kedai ROTI BAKAR PAK BONDAN ?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dibentuk karena adanya tujuan tertentu yang ingin dicapai. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh online promotion terhadap repurchase intention di kedai ROTI BAKAR PAK BONDAN.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap repurchase intention di kedai ROTI BAKAR PAK BONDAN.
3. Untuk mengetahui pengaruh membership program terhadap repurchase intention di kedai ROTI BAKAR PAK BONDAN.

Untuk mengetahui online promotion, kualitas produk dan membership program berpengaruh secara bersamaan terhadap repurchase intention di kedai ROTI BAKAR PAK BONDAN.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pihak Perusahaan

Manfaat penelitian bagi pemilik kedai ROTI BAKAR PAK BONDAN diharapkan dapat membantu dalam menentukan langkah strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan acuan dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian khususnya yang berfokus pada keputusan pembelian