

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Fesyen yang ada di Indonesia kian berkembang mengikuti arus modernisasi. Dengan adanya perkembangan tersebut membuat masyarakat menjadi selektif dalam menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup memiliki hubungan yang erat dengan fesyen, karena adanya fesyen akan menunjang penampilan seseorang agar terlihat menarik dan menjadi pusat perhatian di masyarakat. Persaingan bisnis pada bidang fesyen sangat ketat, terlihat dari persaingan antara pembisnis dalam menawarkan barang dagangannya dengan berbagai cara, agar konsumen tertarik dengan barang yang di jual oleh pembisnis tersebut. Butik Payuuo merupakan salah satu toko fesyen yang menyediakan berbagai model pakaian wanita yang terletak di jalan sawojajar no.100 Malang. Berikut ini data penjualan selama bulan Juni - November 2022 :

Tabel 1
Volume Penjualan Butik Payuuo
Bulan Juni – November

No	Bulan	Volume Penjualan
1	April	53.598.000
2	Juni	73.654.000
3	Juli	59.765.000
4	Agustus	34.870.000
5	September	51.973.000
6	Oktober	56.987.000

Sumber Data : Data penjualan Butik Payuuo yang di olah, 2022

Dari tabel tersebut bahwa volume penjualan di butik Payuuo tidak teratur (*Flaktuatif*). Di bulan Juni mengalami kenaikan yang berjumlah Rp.73.654.000, penyebab terjadinya dikarenakan meningkatnya kenaikan permintaan Baju di saat menjelang Lebaran, dan di bulan Agustus menurun dengan prosentase 21 % dari penjualan tertinggi disebabkan karena adanya masuk ajaran baru sekolah.

Sehingga dari tabel di atas menunjukkan adanya naik turunnya penjualan yang dapat mengakibatkan butik payuuo mengalami ketidakpastian pendapatan, karena hal itu peneliti ingin meneliti para konsumen yang pernah membeli ulang produk yang ada di butik payuuo dengan aspek yang di lihat berupa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga apakah ada pengaruh terhadap minat beli ulang konsumen.

Berkembangnya dunia fesyen di kalangan anak-anak, remaja, dan dewasa saat ini telah mengalami banyak perubahan, baik dari segi model maupun bentuk. Seiring berjalannya waktu, dunia fesyen akan terus mengalami perubahan seiring dengan gaya hidup masyarakat. Salah satu pengaruh perkembangan teknologi yaitu media massa yang selalu memberikan informasi mengenai trend fashion dan dunia entertainment yang mudah diikuti. Kondisi tersebut sejalan dengan berkembangnya kesadaran masyarakat akan fesyen yang sudah mengarah pada perkembangan Life Style dalam berbusana. Hal ini mengakibatkan perusahaan di tuntut menyediakan berbagai jenis produk fesyen.

Adanya kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, membawa pengaruh terhadap perilaku masyarakat dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan mereka. Semakin maraknya persaingan antara usaha saat ini, menuntut para pemilik usaha untuk selalu memperhatikan pelayanan, harga, maupun kualitas produk agar meningkatkan minat beli konsumen.

Pemilik usaha dalam mencapai suatu tujuan memperoleh laba yang maksimal dapat dilalui dengan peningkatan jumlah pemesanan oleh pelanggan secara terus menerus. Peningkatan jumlah pelanggan ini dapat terjadi jika pelanggan merasa puas akan kualitas pelayanan yang baik, harga produk yang terjangkau dan kualitas produk yang berkualitas. Hal itu merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan. Berbagai usaha selalu memberikan kenyamanan serta memberikan produk yang bermutu dan berkualitas tinggi dalam proses pemasarannya untuk upaya peningkatan mutu pelayanan yang berperan dalam menarik konsumen agar melakukan pembelian. Disamping itu pemilik usaha

memerlukan strategi untuk dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen dalam proses pembeliannya.

Minat beli ulang merupakan kegiatan dimana seorang konsumen sudah pernah melakukan pembelian sebelumnya atau lebih dari satu kali dan kemudian berminat ingin membeli kembali produk tersebut. Menurut (Ali Hasan,2018) minat beli ulang merupakan suatu perilaku seseorang yang disebabkan oleh perilaku masa lalu (pengalaman konsumsi) yang secara langsung mempengaruhi minat untuk mengkonsumsi ulang pada waktu yang akan datang. Berdasarkan beberapa penelitian yang pernah dilakukan, faktor yang dapat mempengaruhi minat beli ulang salah satunya yaitu promosi penjualan yang dilakukan dengan kemajuan teknologi saat ini. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh para pemilik usaha sebagai alat promosi penjualan yang lebih luas dan lebih dapat dalam memajukan bisnisnya. Menurut (Tjiptono,2018) salah satu sasaran promosi penjualan yang diarahkan pada pembeli akhir yaitu mendorong pembelian ulang yang akhirnya mengarah pada terciptanya loyalitas merek dan mengikatkan pembeli pada produsen tertentu.

Kualitas pelayanan menjadi variabel kunci strategis dalam upaya pemilik usaha terutama butik untuk mencapai kepuasan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan juga dapat menarik pelanggan baru. Untuk mencapai tujuan tersebut pemilik usaha seharusnya memperhatikan tindakan pekerja dan membekali pekerjaannya dengan pengetahuan yang cukup tentang strategi pelayanan yang baik apabila hal ini diabaikan maka pelanggan akan mengalami kekecewaan karena komunikasi yang buruk.

Produk yang disediakan pada toko atau butik yang lengkap akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen dan tentu akan memudahkan konsumen dalam memilih barang yang sesuai dengan yang di inginkan, sehingga akan memicu terjadinya pembelian ulang pada konsumen tersebut. Minat beli ulang adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon positif terhadap suatu produk/ jasa dari suatu perusahaan dan berniat mengonsumsi kembali produk perusahaan tersebut (Lestari, 2021).

Kelangsungan hidup suatu toko ataupun butik juga berkaitan erat dengan harga, karena harga yang menentukan konsumen untuk membeli atau tidaknya

produk tersebut. Menurut (Fandy 2016), Harga adalah satuan moneter yang termasuk barang maupun jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa

Target pasar dari Butik Payuuo ditujukan mulai untuk usia 14 tahun. Butik tersebut juga menerapkan strategi pemasaran dengan baik seperti memberikan diskon, mempromosikan produk yang di jual, dan memberikan bonus bagi konsumen di saat momen - momen tertentu. Contohnya ada promo dari aplikasi yang tanggalnya kembar sama tanggal gajiannya, ada nya ulang tahun butik Payuuo serta bonus lainnya. Strategi tersebut digunakan untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen dan menarik konsumen agar berbelanja pada toko tersebut. Namun belum banyak konsumen yang tertarik pada strategi tersebut. Secara umum terdapat kecenderungan minat beli ulang konsumen dari pelayanan, kualitas produk dan sisi harga yang membuat konsumen berminat dan tertarik untuk berbelanja ulang di toko tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis ingin mengetahui apakah ada pengaruh kwalitsa pelayanan, kualitas produk dan harga pada minat beli ulang konsumen Butik Payuuo.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang produk Butik Payuuo?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang produk Butik Payuuo?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ulang produk Butik Payuuo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang produk Butik Payuuo
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk Butik Payuuo
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ulang produk Butik Payuuo

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang dikemukakan di atas maka penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat, yaitu:
 - a. Dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang produk Butik Payuuo.
 - b. Dapat mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk Butik Payuuo.
 - c. Dapat mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ulang produk Butik Payuuo.
2. Secara praktis penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:
 - a. Dapat menambah wawasan dan tentang cara membuat konsumen memiliki keinginan dalam membeli ulang produk Butik Payuuo
 - b. Sebagai wujud penerapan ilmu yang telah diperoleh penulis selama menempuh pendidikan sebagai mahasiswa prodi manajemen STIE Malangkecewara.
 - c. Sebagai bahan masukan untuk menambah karya tulis yang dapat dijadikan motivasi dalam penelitian selanjutnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.
 - d. Dapat memberi manfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan minat beli ulang.
 - e. Dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pengetahuan mengenai tingkat pemahaman teori oleh mahasiswa.

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi penelitian lain yang melakukan penelitian serupa.