

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia dalam kehidupannya dituntut melakukan suatu usaha untuk mendatangkan hasil dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya. Pada masa sekarang persaingan bisnis semakin ketat, yang mendorong perusahaan untuk berkompetisi dalam berbagai aktivitas perusahaan, hal tersebut terjadi pada berbagai jenis usaha. Perusahaan harus mampu bersaing dalam mempertahankan konsumen dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memilih strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan merebut pasar pesaing, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya. Perusahaan juga harus bisa melihat peluang yang ada dan memanfaatkan peluang tersebut.

Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat seiring dengan peningkatan peradaban manusia menyebabkan persaingan yang sangat ketat. Dengan adanya persaingan mendorong setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat bersaing adalah dengan berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut dapat tercapai maka perusahaan harus berusaha memberikan produk dan jasa terbaik sesuai dengan keinginan konsumen.

Perusahaan yang ingin sukses perlu menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen. Pentingnya niat pembelian kembali merupakan indikator sukses atau tidaknya suatu produk atau perusahaan dipasarkan. Niat pembelian kembali menunjukkan keinginan pembeli untuk

melakukan kunjungan kembali di masa yang akan datang. Niat digambarkan sebagai suatu situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan. Kotler dan Keller (2009) juga berkata bahwa niat adalah suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subyektif yang meliputi hubungan antar orang itu sendiri dengan beberapa tindakan. Niat konsumen mengacu pada hasil dari tindakan yang kelihatan dalam situasi, yaitu niat untuk melakukan respon nyata khusus yang akan diramalkan. Niat beli kembali merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali. Niat beli kembali adalah tahap kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Kotler & Keller, 2009).

Faktor-faktor yang dianggap mampu mempengaruhi niat beli kembali diantaranya kualitas produk, yang dimana merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan (Feigenbaum, 1992).

Menurut Kotler (2001), kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk merangsang konsumen. Perusahaan dengan kualitas produk yang paling baik akan tumbuh dengan pesat dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi lebih akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah artinya konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan kualitas yang baik. Dan

apabila kualitas yang diberikan sesuai dengan kebutuhan ataupun keinginan akan menimbulkan niat untuk membeli kembali produk.

Skincare dan *body care* tergantung golongan produk kecantikan atau kosmetik. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada kuartal I-2023 pertumbuhan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional termasuk kosmetik tumbuh 5,59%. Pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia juga diproyeksikan naik 11% pada tahun 2023. (Compas.co.id, 2023).

Lulur membahana adalah salah satu produk merek *body care* yang banyak dijual *online* maupun *offline* di kota Ternate. Lulur Rempah Membahana adalah lulur yang terbuat dari bahan-bahan tradisional seperti kunyit, beras dan lain sebagainya.

Kualitas produk adalah strategi penting bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan. Setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan kualitas produk yang terbaik. Dengan kualitas produk yang tinggi, konsumen juga akan merasa puas dan timbul niat untuk membeli kembali. Untuk itu perusahaan harus jeli dan teliti dalam mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen dan perilaku konsumen dalam mengetahui apa yang dianggap penting oleh konsumen. Selain itu, perusahaan juga harus tahu persepsi konsumen tentang nilai dan hal yang mendorong niat mereka untuk mengonsumsi produk kembali.

Lulur merupakan produk perawatan tubuh yang berfungsi sebagai eksfoliator, yaitu produk yang mampu mengangkat sel-sel kulit mati dan kotoran yang menempel di kulit. Dengan menggunakan lulur badan secara rutin dapat membuat kulit menjadi lebih bersih, lebih halus, cerah, dan sehat.

Kualitas produk merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Produk ditawarkan ke pasar agar memperoleh perhatian dari konsumen, sehingga konsumen tertarik untuk membeli atau menggunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.



Gambar 1.1. Lulur Membahana

Sumber: Instagram, 2023

Lulur Rempah Membahana memberikan kualitas yang terbaik sesuai yang diinginkan konsumen. Contohnya seperti produk aman berkualitas dibuktikan dengan sudah terdaftar di BPOM dan bisa dilihat dari testimoni orang yang pernah memakai Lulur Membahana.



Gambar 1.2. Testimoni Lulur Membahana

Sumber: Instagram, 2023

Terjadinya niat membeli kembali semua ini tidak lepas karena adanya rasa puas dari konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan tertentu (Fitriashinta, 2018). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diharapkan (Kotler, 2009). Konsumen memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa. Menurut Murwanti dan Pratiwi (2017) kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting karena dengan kepuasan akan suatu produk yang diberikan oleh suatu perusahaan pelanggan tersebut akan menyebarluaskan rasa puasnya pada calon pelanggan lain, sehingga akan menaikkan reputasi setiap usaha. Manfaat yang diperoleh perusahaan dengan terciptanya kepuasan mendorong konsumen membeli dan mengonsumsi kembali produk tersebut. Sebaliknya, jika perasaan yang tidak puas menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali terhadap produk.

Dalam mempertahankan kepuasan konsumen, Lulur Rempah Membahana selalu memperhatikan kualitasnya dari segi bahan-bahan yang digunakan. Dari bahan-bahan yang digunakan, Lulur Membahana menggunakan bahan-bahan rempah alami seperti kunyit, beras dan susu. Membahana juga mengeluarkan produk body care sebagai pelengkap perawatan badan seperti *peeling*, *body masker* dan *body lotion*.

Tjiptono (2007) menjelaskan mengenai niat beli kembali, dinyatakan sebagai pembelian suatu produk yang terjadi berulang kali. Biasanya perusahaan akan mengarahkan tujuan kegiatan pemasarannya untuk mengarahkan pembelian kembali dari konsumennya. Pencapaian tujuan tersebut bisa dilakukan dengan berbagai strategi diantaranya adalah peningkatan dalam hal kualitas produknya

yang dapat memberikan kepuasan pada konsumennya. Untuk meningkatkan niat beli kembali Lulur Rempah Membahana, tentu saja harus meningkatkan kualitas produk yang dapat memberikan rasa puas.

Selain fenomena diatas, adapun perbedaan hasil penelitian (*Gap*) antara penelitian terdahulu, dimana menurut Bahar & Sjaharuddin (2015) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap niat beli kembali, sedangkan hasil penelitian dari Mulyani *et al* (2015) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap niat beli kembali. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Imran (2018) menunjukkan hasil bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat beli kembali. Penelitian Ghassani (2017) menunjukkan hasil bahwa kepuasan dapat memediasi kualitas produk dengan niat beli kembali.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Kembali Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Lulur Rempah Membahana di Kota Ternate.**

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap niat beli kembali?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap niat beli kembali?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap niat beli kembali yang dimediasi kepuasan konsumen?

1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap niat beli kembali.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap niat beli kembali.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap niat beli kembali yang dimediasi kepuasan konsumen.

1.3. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pembaca dapat mengetahui tentang bagaimana menggunakan staretegi pemasaran yang tepat pada usaha agar mendapatkan pangsa pasar.
- Diharapkan dapat memberikan sumber pengetahuan dalam pengembangan ilmu tentang manajemen pemasaran khususnya tentang kualitas produk, kepuasan konsumen dan niat beli kembali.

2. Manfaat Praktis

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang usaha produk kecantikan (*body care*), khususnya tentang kualitas produk, kepuasan konsumen, dan niat beli kembali.

- Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman terhadap masyarakat yang minim referensi terhadap usaha produk kecantikan (*body care*) yang berhubungan dengan perawatan tubuh.